

Máster Oficial en Ingeniería de Montes

DATOS DE LA ASIGNATURA

Nombre:

Creación de Empresas

Denominación en inglés:

Entrepreneurship

Código:

1150131

Carácter:

Optativa

Horas:

	Totales	Presenciales	No presenciales
Trabajo estimado:	75	30	45

Créditos:

Grupos reducidos				
Grupos grandes	Aula estándar	Laboratorio	Prácticas de campo	Aula de informática
1.6	1.4	0	0	0

Departamentos:

Dirección de Empresas y Marketing

Áreas de Conocimiento:

Organización de Empresas

Curso:

2º - Segundo

Cuatrimestre:

Primer cuatrimestre

DATOS DE LOS PROFESORES

Nombre:

*Toledano Garrido, Nuria

E-Mail:

toledano@uhu.es

Teléfono:

959 217539

Despacho:

ETSI-262

*Profesor coordinador de la asignatura

DATOS ESPECÍFICOS DE LA ASIGNATURA

1. Descripción de contenidos

1.1. Breve descripción (en castellano):

- Figura del emprendedor e importancia de la creatividad y la innovación
- Puesta en marcha de un negocio: formas jurídicas en la legislación española
- Desarrollo de fórmulas en economía social y empresa familiar
- El plan de empresa
- Aspectos legales, fiscales, organizativos y financieros en la gestión de la empresa
- Trámites para la creación de una empresa

1.2. Breve descripción (en inglés):

- The entrepreneur, creativity and innovation.
- New business creation: organizational forms.
- Social economy, social entrepreneurship and family firms
- Business plan
- Organizational factors in business management
- Paths to create a business.

2. Situación de la asignatura

2.1. Contexto dentro de la titulación:

Complementar el perfil profesional y las competencias del ingeniero de montes con competencias emprendedoras, de forma que puedan desarrollar y poner en práctica el espíritu emprendedor en cualquier contexto en el que se encuentre (como emprendedores o intraemprendedores).

2.2. Recomendaciones:

No se da ninguna.

3. Objetivos (Expresados como resultados del aprendizaje):

Adquirir los conocimientos que permitan al estudiantado familiarizarse con el proceso intelectual y material que conlleva la iniciación de cualquier actividad empresarial, así como los problemas y casuística fundamental que entraña la gestión de las empresas.

Adquirir los conocimientos sobre las técnicas de fomento de la creatividad, los elementos que integran los planes de empresas, los trámites para la puesta en marcha de un negocio, la naturaleza y los tipos de empresa y los principales retos que supone su desarrollo y continuidad en el tiempo.

4. Competencias a adquirir por los estudiantes

4.1. Competencias específicas:

4.2. Competencias básicas, generales o transversales:

- **CB6:** Poseer y comprender conocimientos que aporten una base u oportunidad de ser originales en el desarrollo y/o aplicación de ideas, a menudo en un contexto de investigación
- **CB7:** Que los estudiantes sepan aplicar los conocimientos adquiridos y su capacidad de resolución de problemas en entornos nuevos o poco conocidos dentro de contextos más amplios (o multidisciplinares) relacionados con su área de estudio
- **CB8:** Que los estudiantes sean capaces de integrar conocimientos y enfrentarse a la complejidad de formular juicios a partir de una información que, siendo incompleta o limitada, incluya reflexiones sobre las responsabilidades sociales y éticas vinculadas a la aplicación de sus conocimientos y juicios
- **CB9:** Que los estudiantes sepan comunicar sus conclusiones y los conocimientos y razones últimas que las sustentan a públicos especializados y no especializados de un modo claro y sin ambigüedades
- **CB10:** Que los estudiantes posean las habilidades de aprendizaje que les permitan continuar estudiando de un modo que habrá de ser en gran medida autodirigido o autónomo.
- **CG1:** Capacidad para aplicar las técnicas de marketing y comercialización de productos forestales

5. Actividades Formativas y Metodologías Docentes

5.1. Actividades formativas:

- Sesiones de Teoría sobre los contenidos del Programa.
- Sesiones de Resolución de Problemas.
- Actividades Académicamente Dirigidas por el Profesorado: seminarios, conferencias, desarrollo de trabajos, debates, tutorías colectivas, actividades de evaluación y autoevaluación.

5.2. Metodologías docentes:

- Clase Magistral Participativa.
- Resolución de Problemas y Ejercicios Prácticos.
- Tutorías Individuales o Colectivas. Interacción directa profesorado-estudiantes.
- Planteamiento, Realización, Tutorización y Presentación de Trabajos.

5.3. Desarrollo y justificación:

Sesiones académicas de teoría: exposición de los conceptos y cuestiones básicas de la materia (para adquirir las competencias CG1, CB10).

Sesiones de resolución de problemas: exposiciones y discusión sobre iniciativas empresariales de éxito, sus problemas y resolución (para adquirir las competencias CB8).

Actividades Académicamente dirigidas: tareas relacionadas con la generación y valoración de oportunidades de negocio (para adquirir las competencias CB6, CB7, CB9).

ACTIVIDADES FORMATIVAS NO PRESENCIALES

AF6: Lectura de contenidos.

AF7: Entregas de trabajos evaluables.

AF9: Tutorías colectivas a través de plataformas de enseñanza virtual (chats).

AFA: Estudio y trabajo individual/autónomo del estudiante.

AFC: Desarrollo cooperativo de trabajos utilizando herramientas de discusión asincrónica (foros, wikis, etc).

METODOLOGÍAS DOCENTES NO PRESENCIALES

MD9: Visualización y escuchas de sesiones grabadas de seminarios ad hoc con entrevistas a expertos en algunos temas claves de la materia o videos seleccionados que incentiven algunas competencias.

MDA: Tutorías en línea. Utilización de foros y otros medios de comunicación e interacción con el profesorado.

MDB: Trabajos colaborativos. Llevar a cabo una actividad basada en un objetivo común en el que el estudiante debe colaborar activamente para realizarla.

MDC: Metodologías basadas en la acción. Revisión, planificación de las mejoras de trabajos con la participación de los estudiantes y el profesor.

La docencia de la asignatura se organiza en sesiones de grupos grandes (teoría) y sesiones de grupos pequeños (prácticas), según el horario oficial. Además el alumno debe realizar actividades docentes con interacción directa o diferida con el profesorado, pero de carácter no presencial, según la Memoria de Verificación vigente. Las actividades no presenciales estarán coordinadas con las presenciales.

Sesiones de grupos grandes

Presentación del sistema y programa de trabajo. Se facilitará en Moodle la documentación necesaria para la comprensión por parte del estudiantado de los conocimientos tratados en la asignatura (para adquirir las competencias CG1, CB10).

A través de foros y tutorías en línea se llevará a cabo la discusión participativa sobre las problemáticas de las empresas, los casos de éxito y fracaso (para adquirir las competencias CB8).

Sesiones de grupos pequeños

En las sesiones de grupos pequeños se llevarán a cabo las actividades relacionadas con la generación y evaluación de la idea propia de negocio. Se desarrollará también un trabajo cooperativo en el que el alumnado participe conjuntamente en la mejora de una de las ideas de negocio presentadas (para adquirir las competencias CB6, CB7, CB9).

6. Temario desarrollado:

1. EL EMPRENDEDOR O EMPRESARIO Y LA IDEA DE NEGOCIO

- La figura del emprendedor: ¿por qué crear una empresa?
- Elementos para crear una empresa
- El papel de la creatividad y la innovación

2. PASOS A SEGUIR EN EL PROCESO DE CREACIÓN DE LA EMPRESA.

- Puesta en marcha.
- Economía social, emprendimiento social y empresa familiar

3. PLANIFICACIÓN, REVISIÓN, CONSIDERACIÓN CONTINGENCIAS

- Plan de empresa
- Aspectos legales, fiscales, organizativos, financieros en la gestión de la empresa
- Trámites en la creación

7. Bibliografía

7.1. Bibliografía básica:

- Sarasvathy, S. D. (2008). Effectuation. Elements of Entrepreneurial Expertise. Edward Elgar Publishing, Inc. Massachusetts
- Steyaert, C. and Hjorth, D. (2006). Entrepreneurship as Social Change. A third Movements in Entrepreneurship Book. Edward Elgar, Cheltenham

7.2. Bibliografía complementaria:

- Blanchard, K. (2009). Empresario en un minuto. Descubra los secretos para crear y mantener una empresa exitosa.
- Huete, L. y García, J. (2015). Liderar para el bien común. Ediciones Lid.
- Isaacson, W. (2011) Steve Jobs: La biografía. Debate.
- Lowney, C. (2008). El liderazgo al estilo de los Jesuitas. Verticales de Bolsillo.
- Planellás, M.. (2003). De La Idea A La Empresa. Barcelona. Gestión 2000.
- Poon Tip, B. (2013). Looptail. How one company changed the world by reinventing business. Hachette Book Group.
- Pérez Orive, J. F. (2003). Un adiós a la empresa. Aprendiendo a hacer negocios. Pirámide.
- Urbano, D. y Toledano, N. (2008). Invitación al emprendimiento. Una aproximación a la creación de empresas. Editorial UOC. Barcelona.
- Otros recursos alternativos

8. Sistemas y criterios de evaluación.

8.1. Sistemas de evaluación:

- Examen de teoría/problemas
- Defensa de Trabajos e Informes Escritos

8.2. Criterios de evaluación y calificación:

a) Evaluación continua

Examen de teoría/ problemas: 50% (para evaluar las competencias CG1, CB10)

Defensa de Trabajos e Informes escritos: 25% (Para evaluar la competencia CB8)

Seguimiento individual del estudiante: 25% (Para evaluar las competencias CB6, CB7, CB9)

b) Evaluación única final.

Examen: 70% (Para evaluar las competencias CB8, CB9, CB10, CG1)

Entrega de trabajo: 30% (para evaluar las competencias CB6, CB7)

SISTEMAS DE EVALUACIÓN NO PRESENCIALES

La evaluación no presencial se realizará a partir de:

a) Examen Final: 50% (para evaluar las competencias CG1, CB10). Constará de varias cuestiones breves relacionadas con el temario de la asignatura. La nota mínima no podrá ser inferior a 3.5 puntos sobre 10.

b) Presentación de actividades, pequeñas tareas y extensiones realizadas en las sesiones prácticas: 25% (para evaluar las competencias CB6, CB7, CB9). Los alumnos que asistan a las clases presenciales no necesitarán subir los ejercicios realizados a la plataforma Moodle y obtendrán por su trabajo y asistencia la calificación máxima prevista (25%). Los alumnos que no asistan deberán realizar los ejercicios que se indicarán en la plataforma Moodle a través de tareas y subirlos en el plazo determinado.

c) Redacción y presentación de un trabajo de la asignatura y análisis crítico de sus partes; 25% (para evaluar la competencia CB8). Se deberá realizar un estudio y análisis crítico sobre un caso empresarial de éxito y se presentará en clase en un tiempo máximo de diez minutos con posterior coloquio. El trabajo será individual.

Evaluación mediante prueba final.

Realización de un examen sobre los contenidos teórico-prácticos de la asignatura, con preguntas de respuesta corta. En el examen el alumno tendrá que obtener una puntuación mínima de un 3,5 sobre 10. En el mismo acto del examen, se entregará el trabajo final de la asignatura y los trabajos prácticos relativos al seguimiento individual. Para superar la asignatura se deberá conseguir un mínimo de 3.5 puntos sobre 10 en cada parte.

9. Organización docente semanal orientativa:

	Semanas	Grupos Grandes	Grupos Reducidos Aula Estándar	Grupos Reducidos Aula de Informática	Grupos Reducidos Laboratorio	Grupos Reducidos prácticas de campo	Pruebas y/o actividades evaluables	Contenido desarrollado
#1	0	0	0	0	0			
#2	0	0	0	0	0			
#3	0	0	0	0	0			
#4	0	0	0	0	0			
#5	0	0	0	0	0			
#6	0	0	0	0	0			
#7	0	0	0	0	0			
#8	0	0	0	0	0			
#9	2	2	0	0	0		Presencial Grupo grande 2h. Presentación y Tema 1. No presencial 2 h. Lectura/Discusión Tema 1.	
#10	2	3	0	0	0	Tarea. Idea de Negocio	Presencial Grupo grande 2h. Tema 1. No presencial 3h. Lectura/Discusión Tema 1 y tarea.	
#11	2	1	0	0	0		Presencial Grupo grande 2h. Tema 1. No presencial 1h. Lectura/Discusión Tema 1.	
#12	3	2	0	0	0	Tarea. Modelo Canvas	Presencial Grupo grande 2h. Tema 2. No presencial 3h. Lectura/Discusión Tema 2 y tarea.	
#13	2	1	0	0	0		Presencial Grupo grande 2h. Tema 3. No presencial 1h. Lectura/Discusión Tema 3.	
#14	2	3	0	0	0	Exposiciones	Presencial Grupo grande 2h. Tema 3. No presencial 3h. Preparación para las presentaciones de trabajos.	
#15	3	2	0	0	0	Exposiciones	Presencial Grupo grande 2h. Tema 3. No presencial 3h. Preparación para las presentaciones de trabajos.	
	16	14	0	0	0			