

Emprendimiento e innovación

**MÁSTER UNIVERSITARIO EN GESTIÓN INTERNACIONAL DE LA
EMPRESA / MBA IN INTERNATIONAL MANAGEMENT**

UNIVERSIDAD INTERNACIONAL MENÉNDEZ PELAYO

Este documento puede utilizarse como documentación de referencia de esta asignatura para la solicitud de reconocimiento de créditos en otros estudios. Para su plena validez debe estar sellado por la Secretaría de Estudiantes UIMP.



DATOS GENERALES

Breve descripción

La transformación de una idea de negocio en una realidad empresarial es un proceso que para ser culminado con éxito deber desarrollarse de forma metódica y haciendo uso de las herramientas adecuadas. El principal objetivo de esta asignatura es dar a conocer tales herramientas de apoyo, con una orientación hacia la práctica.

El alumno conocerá el proceso emprendedor, en particular, la naturaleza y secuencia del nacimiento de un negocio, desde la identificación y evaluación de oportunidades de negocio y el desarrollo de la idea de negocio y su viabilidad inicial a la configuración de un modelo de negocio. Al finalizar el curso el alumno debe ser capaz de identificar y evaluar oportunidades de negocio con potencial, así como desarrollar modelos de negocio innovadores viables.

Título asignatura

Emprendimiento e innovación

Código asignatura

102214

Curso académico

2019-20

Planes donde se imparte

[MÁSTER UNIVERSITARIO EN GESTIÓN INTERNACIONAL DE LA EMPRESA / MBA IN INTERNATIONAL MANAGEMENT](#)

Créditos ECTS

1

Carácter de la asignatura

OPTATIVA

Duración

Cuatrimestral

Idioma

Castellano e Inglés

CONTENIDOS

Contenidos

1. Identificación y evaluación de oportunidades de negocio.
2. Desarrollo de ideas de negocio innovadora: metodologías para el desarrollo creativo.
3. Análisis de viabilidad inicial de las ideas de negocio.
4. Propuesta y desarrollo del modelo de negocio.

PROGRAMA

Índice General: 6 sesiones

- Sesión I: Identificación y evaluación de oportunidades de negocio
- Sesión II: Desarrollo de ideas de negocio innovadoras
- Sesión III: Metodologías de innovación centradas en el usuario para el desarrollo creativo de ideas
- Sesión IV: Presentaciones y discusiones de las oportunidades de negocio identificadas y evaluadas
- Sesión V: Business Model Canvas y análisis de viabilidad de las ideas de negocio
- Sesión VI: Propuesta y desarrollo del modelo de negocio con análisis de su viabilidad

COMPETENCIAS

Generales

CG2.- Los titulados sabrán aplicar las capacidades de análisis adquiridas en la definición y planteamiento de nuevos problemas y en la búsqueda de soluciones tanto en un contexto empresarial de ámbito nacional como internacional.

CG4.- Los titulados poseerán las habilidades para recabar, registrar e interpretar datos macroeconómicos, información de países, información sectorial y empresarial, datos financieros y contables, datos estadísticos, y resultados de investigaciones relevantes para sistematizar los procesos de toma de decisiones empresariales.

CG6.- Los titulados tendrán una amplia experiencia y capacidad de trabajar en equipos multidisciplinares y, bajo presión en cuanto a tiempos (plazos de ejecución de proyectos y casos) y resultados se refiere.

CG9.- Los titulados deberán dominar las herramientas básicas de las tecnologías de la información y las comunicaciones para el ejercicio de su profesión y para el aprendizaje.

Específicas

CE1.- Comprender los conceptos, teorías e instrumentos para analizar y desarrollar planes de internacionalización empresarial.

CE2.- Capacidad para elegir y aplicar el procedimiento adecuado a la consecución de un objetivo empresarial.

CE3.- Evaluar la relación existente entre empresas y el marco institucional en el que se desarrollan las actividades.

CE5.- Capacidad de liderazgo del proceso de diseño de la estrategia internacional.

CE7.- Manejar plataformas digitales, medios tecnológicos, audiovisuales e informáticos para la búsqueda de información y la comunicación eficaz de los proyectos empresariales.

CE8.- Manejar programas de software y estadísticos para el registro y análisis de datos.

CE9.- Analizar los resultados de la investigación de mercados y competencia para proponer orientaciones estratégicas y acciones operativas.

CE10.- Adquirir las técnicas para la redacción profesional de documentos y la presentación de informes en el ámbito de los negocios internacionales.

CE14.- Capacidad para gestionar un proyecto de internacionalización empresarial y asumir responsabilidades directivas.

CE18.- Aprender a valorar los riesgos de las empresas al abordar proyectos internacionales

complejos, así como conocer algunos aspectos esenciales que determinan el éxito o el fracaso de los proyectos.

PLAN DE APRENDIZAJE

Actividades formativas

AF1.- Clases magistrales: desarrollo de contenidos teóricos y de los conceptos de las asignaturas. La clase magistral se define como un tiempo de enseñanza ocupado principalmente por la exposición continua del profesor. Los alumnos tienen la posibilidad de participar, preguntar o exponer su opinión, pero por lo general escuchan y toman notas (5 horas - 100% presencialidad).

AF2.- Clases prácticas: aplicación de contenidos teóricos al análisis de problemas concretos que permiten al estudiante comprender y asimilar los contenidos. Incluyen exposiciones, conferencias con directivos/profesionales expertos en el área o caso de estudio, seminarios, debates y puestas en común con análisis de los contenidos desarrollados en las sesiones teóricas. Se realizan mediante talleres, estudios de casos, resolución de ejercicios y problemas con una participación activa del alumno (4 horas - 100% presencialidad).

AF3.- Trabajos individuales y en grupo: desarrollo de los contenidos teóricos de forma autónoma (búsqueda de información, análisis y registro, redacción de documentos e informes, realización de cuestionarios) y su aplicación al estudio de casos, con exposición pública de las conclusiones individualmente o en grupo (3 horas - 100% presencialidad).

AF4.- Tutorías: reuniones concertadas entre el profesor y los estudiantes, individualmente o en pequeños grupos, para dirigir su aprendizaje de manera personalizada, así como para la resolución de dudas en relación con los contenidos de las asignaturas, los trabajos y proyectos, la preparación de las exposiciones y participaciones en el aula. Incluye tutoría on line a través del campus virtual (1 hora - 100% presencialidad).

AF5.- Trabajo autónomo del estudiante: aquí se considera la actividad del alumno de estudio de la materia, búsqueda de información, análisis y registro, redacción de documentos, diseño de presentaciones, participación en grupos de lectura y el estudio y la preparación de exámenes. Incluye la utilización del campus virtual y la actividad del estudiante en el aula así como el uso de TICs y herramientas informáticas, realizando diversas tareas como ejercicios de autoevaluación o la participación en foros y la consulta de bases de datos para obtener bibliografía y material documental (12 horas - 0% presencialidad).

Metodologías docentes

MD1.- Clase magistral expositiva: el profesor explica las nociones claves y de vanguardia en la disciplina en cuestión.

MD2.- Trabajo individual de los alumnos: lecturas, informes, notas técnicas, cuestionarios de autoevaluación, y búsqueda de información adicional.

MD3.- Trabajos docentes - Clases interactivas presenciales: seminarios de discusión y talleres.

MD4.- Estudios de casos, resolución de problemas y ejercicios prácticos en grupo o individuales:

resolución, puesta en común y discusión en clase, mediante seminarios, de casos prácticos elegidos previamente.

MD5.- Trabajos docentes - Tutorías personalizadas: trabajos y exposiciones en grupo e individuales (trabajos de campo, desarrollo de proyectos empresariales).

MD6.- Conferencias Directivos/profesionales expertos en el área/caso de estudio.

Resultados de aprendizaje

- Descubrir oportunidades de negocio con potencial
- Innovar en el desarrollo de ideas de negocio
- Evaluar el potencial de viabilidad de propuestas de negocio
- Diseño, planificar e indiciar un proyecto empresarial

SISTEMA DE EVALUACIÓN

Descripción del sistema de evaluación

SE2.- Pruebas de conocimiento: exámenes finales (ponderación mínima 40% y máxima 60%).

SE3.- Evaluación del trabajo en grupo y, en su caso, de la presentación oral (ponderación mínima 30% y máxima 50%).

SE5.- Evaluación de la participación en el aula y/o en actividades *on-line* (ponderación mínima 0% y máxima 15%).

La evaluación de la asignatura en **convocatoria ordinaria** se compondrá de los siguientes conceptos:

- Participación en clase (10%)
- Evaluación del trabajo en grupo y de las presentaciones orales (40%)
- Examen final teórico-práctico (50%)

El alumno deberá alcanzar en el examen final una nota mínima de 3,5 puntos para que el resto de las pruebas ponderen en la nota final.

En las convocatorias 2ª y siguientes, el 100% de la calificación dependerá exclusivamente del examen que podrá ser tipo test y/o tipo ensayo y cuyo formato será avisado con antelación suficiente.

PROFESORADO

Profesor responsable

Luengo González, Alejandro

Consultor de Marketing y Producción de Contenido

Profesorado

Sánchez García, Javier

*Co-Founder & CEO
Crowd Centaurs S.L*

Vera Domínguez, Aníbal

*Jefe de equipo
Keller Williams One*

BIBLIOGRAFÍA Y ENLACES RELACIONADOS

Bibliografía

Rodríguez Márquez, A., Nieto, M.J., Fernández, Z. y Revilla Torrejón, A. (2014). Manual de creación de empresas. Civitas (Thomson-Reuters).

Presentaciones de powerpoint utilizadas por el profesor en las sesiones magistrales.

Lecturas de noticias, informes y casos reales de empresas que serán puesta a disposición del alumno.