

Emprendedoría y creación de empresas

Laura Lamolla Kristiansen

25 horas

Laura Lamolla Kristiansen

Doctora en Ciencia Política y de la Administración por la UAB. Licenciada en Administración y Dirección de Empresas por ESADE. Máster CEMS. Desde el 2007 es profesora de los Estudios de Economía y Empresa de la UOC. Anteriormente había sido profesora de ESADE. Sus tareas de docencia se centran en el ámbito de la emprendedoría y la estrategia.

Índice

Presentación	4
Objetivos	5
Competencias	6
Contenidos	7
Metodología	8
Planificación del aprendizaje	10
Actividades	11
Evaluación	12
Herramientas disponibles en el aula	14
Bibliografía	16

Presentación

El curso de *Emprendedoría y creación de empresas* es un curso introductorio y marcadamente práctico para la creación y gestión de una empresa propia en el que se parte de la comprensión de lo que significa crear una empresa desde un punto de vista personal ante otras alternativas profesionales y se llega a definir los principales elementos característicos de la nueva empresa que se quiere crear. De esta manera, el estudiante tiene que ser capaz de identificar las competencias que son necesarias para crear una empresa en concreto y saber definir de forma clara los principales hitos de su proyecto emprendedor particular.

El curso de *Emprendedoría y creación de empresas* se dirige a cualquier persona interesada al crear su propia empresa y especialmente a aquellas personas que se encuentran en la primera fase de reflexión sobre sí es una alternativa profesional adecuada a su situación y/o está ya pensando en las características del proyecto.

Objetivos

El objetivo docente básico de la asignatura es formar al estudiante en el ámbito de la creación de empresas mediante la reflexión sobre las principales implicaciones que significa optar por esta actividad, conocer las principales competencias que son necesarias para crear y gestionar una empresa y finalmente saber describir las principales características del propio proyecto emprendedor.

Por lo tanto, los objetivos específicos para el estudiante son:

1. Conocer las ventajas e inconvenientes de establecerse por cuenta propia.
2. Valorar la disponibilidad, la motivación personal y los conocimientos necesarios para emprender a partir del perfil de competencias.
3. Explicar el concepto de negocio y los elementos que forman parte.

Las competencias que se detallan a continuación son las que fundamentan el conjunto de contenidos y objetivos que se presentan al curso.

Competencias

- Comprender las implicaciones que tiene el hecho de establecerse por cuenta propia.
- Reconocer las principales competencias que intervienen en el proceso de emprender.
- Saber explicar las características del modelo de negocio en base a un metodología concreta (*Business Model Canvas*).

Contenidos del curso

1. Motivos para crear una empresa
 - 1.1. Ventajas e inconvenientes
 - 1.2. Factores de emprendedoría

2. Las competencias emprendedoras
 - 2.1. Competencias profesionales y/o empresariales
 - 2.2. Competencias de base
 - 2.3. Competencias transversales

3. El modelo de negocio
 - 3.1. Segmentos de consumidores
 - 3.2. Proposición de valor
 - 3.3. Canales
 - 3.4. Relaciones con los clientes
 - 3.5. Fuentes de ingresos
 - 3.6. Recursos claves
 - 3.7. Actividades claves
 - 3.8. Acuerdos claves
 - 3.9. Estructura de costes

Metodología

El curso se va a desarrollar de acuerdo con la metodología de la Universitat Oberta de Catalunya. En el curso destacan los siguientes elementos metodológicos:

1) Organización del curso. Cada curso tiene delimitadas las competencias previas, las competencias que se deben alcanzar y los objetivos de aprendizaje. Los contenidos se han elaborado basándose en esta información, por lo que los materiales didácticos y las actividades de aprendizaje planteados son las herramientas fundamentales para alcanzar los objetivos y competencias del curso. En el apartado “Planificación del aprendizaje” de esta guía podéis consultar el mapa de navegación del curso. Se interrelacionan objetivos, contenidos, actividades y temporalización, que es una herramienta que permitirá al participante organizar su tiempo con el objetivo final de superar el curso. La temporalización para el estudio se planea teniendo en cuenta el tiempo que es aconsejable dedicar a cada una de las actividades. Si bien cada persona es quien acabará marcando el ritmo de estudio, lo que aquí proponemos está pensado para que se pueda seguir adecuadamente la evaluación continua que se ha establecido.

2) Acción de consultoría. El aprendizaje se basa en la resolución de actividades y casos prácticos que propone el consultor (o profesores virtuales). El profesor consultor se dirige a los participantes para orientarlos y ayudarlos en las dificultades que le surgen en el proceso de aprendizaje y le aporta retroalimentación (*feedback*) de manera constante. Asimismo, comprueba que cada participante alcance los objetivos pedagógicos y desarrolle las competencias profesionales previstas y definidas en la guía de aprendizaje. Hace la evaluación formativa y personalizada del participante según la previsión del curso.

3) Evaluación continua del aprendizaje. Las competencias del curso se alcanzan a partir del planteamiento por parte del consultor de ejercicios o actividades de aprendizaje adaptados a las características del curso. Las actividades se basarán en la aplicación de los conocimientos a situaciones concretas de un puesto de trabajo. Las actividades propuestas serán evaluadas de forma que suponen una evaluación formativa para el participante.

4) Material didáctico. Los participantes disponen de material didáctico específico y de materiales de consulta y orientaciones técnicas propuestas por el consultor. Se recomienda la lectura de los materiales didácticos como base del aprendizaje y del logro de competencias específicas. Con todo, el consultor es quien orientará sobre la lectura de los materiales didácticos y el procedimiento más adecuado para resolver los problemas o casos que se propongan.

Planificación del aprendizaje

Objetivos	Contenidos	Materiales	Actividades	Tiempo
Conocer las ventajas e inconvenientes de establecerse por cuenta propia.	Motivos para crear una empresa.	Módulo 1.	Lectura del capítulo 1 Debate/reflexión alrededor de una cuestión planteada por el consultor/a (actividad no evaluable)	2 horas
Valorar la disponibilidad, la motivación personal y los conocimientos necesarios para emprender a partir del perfil de competencias.	Las competencias emprendedoras.	Módulo 2.	Lectura del capítulo 2 Actividad evaluable Ejercicio de identificación de las propias competencias	5 horas
Explicar el concepto de negocio y los elementos que forman parte del mismo.	El modelo de negocio	Módulo 3	Lectura del módulo 3 Actividad evaluable: presentación del modelo de negocio de un proyecto propio a partir de la metodología planteada.	13 horas

Actividades

El consultor o consultora propondrá tres actividades, cuya resolución permitirá seguir la evaluación continuada del curso. Estas actividades deben entregarse puntualmente dentro de los periodos establecidos por el/la consultor/a. La puntualidad en la entrega de las actividades es determinante para ir avanzando con solvencia durante el curso. Además de estas actividades, también se podrán realizar otras que, a diferencia de las ya mencionadas, no tendrán carácter evaluador, sino que servirán para complementar las anteriores y facilitar el estudio de los módulos.

Evaluación

La metodología de trabajo que se sigue es **la evaluación continua**. La evaluación continua ofrece muchas ventajas en un entorno no presencial de aprendizaje:

- Permite establecer un ritmo de seguimiento y trabajo constante necesario para el aprendizaje de cualquier contenido. El hecho de ir avanzando progresivamente en el estudio, trabajo y asimilación de cada contenido contribuye a llegar, de una forma más fluida, al logro final de unos buenos conocimientos.
- Permite a cada persona ponderar el grado de asimilación del contenido que va trabajando mediante la actividad, a la vez que puede poner de relieve dudas que el estudio individual habría podido hacer pasar inadvertidas.
- Permite al consultor valorar si la persona ha alcanzado o no los conceptos trabajados en cada una de las actividades propuestas. Las actividades de evaluación continua tienen como objetivo que el alumno haga unos ejercicios prácticos que ilustren si es capaz de llevar a la práctica los conceptos que ha ido estudiando. Está claro que su seguimiento requiere un esfuerzo, pero es del todo recomendable su seguimiento y constituye un factor clave para el logro con éxito de los objetivos docentes.

La evaluación continua se basa en el desarrollo de las actividades, casos prácticos, ejercicios y debates que se llevan a cabo durante el curso y que los consultores evalúan. Hay que seguir las indicaciones y los consejos adicionales sobre el formato y la estructura en los que se tienen que resolver las actividades planteadas. También es posible que alguna de las actividades consista en un debate, donde los consultores valorarán las aportaciones y el esfuerzo de participación.

Entrega de las actividades

El estudiante hará llegar las actividades resueltas a través del buzón de entrega de actividades del aula (y cuyo acceso de lectura es exclusivo del profesorado). Este espacio es exclusivo de entrega, NO es el espacio indicado para resolver dudas con el consultor. Para resolver dudas, podéis mandar un mensaje a su correo personal. Las actividades de evaluación continua son personales y su resolución es individual, a menos que se trate de una actividad en grupo. Esto no es obstáculo para que se dé una fase previa de discusión del contenido de la actividad en el ámbito del grupo, pero exige la entrega de una actividad individual y diferenciada. La entrega de una actividad copiada o duplicada de otra persona perteneciente al mismo grupo o a otro comportará la consideración de la actividad como no presentada para todas las personas implicadas.

Calificación

Cada una de las actividades del curso se evalúa a partir de los siguientes parámetros:

Apto: se han alcanzado correctamente los conocimientos

No apto: no se han alcanzado los conocimientos

Mediante el registro de la evaluación continua, accederéis a la nota del curso. Las calificaciones estarán introducidas en el plazo aproximado de una semana desde el cierre del plazo de entrega de la actividad correspondiente. El consultor informará en el tablón de su publicación y podrá proponer un guión de soluciones o los errores más frecuentes que se hayan detectado en la tarea de corrección de las actividades entregadas.

En el caso de que el participante haya superado el curso, recibirá la certificación de Apto. En el caso de no haber superado el curso, la calificación final será No apto.

Herramientas disponibles en el aula

Las funcionalidades de las herramientas disponibles al aula son las siguientes:

Espacio comunicación:

La interacción de los/de las consultores/se con los/las estudiantes se dará, de manera orientativa, siguiendo estas pautas:

Tablón del/ de la profesor/a:

Es el espacio básico de comunicación del/de la consultor/a con los/las estudiantes, de visita imprescindible para el seguimiento del curso. Se podrán encontrar, principalmente, las siguientes informaciones:

- Mensaje de presentación de los y las consultores/se y de bienvenida.
- Guía de aprendizaje.
- Planificación temporal del curso.
- Especificación de las actividades a realizar para seguir la evaluación continuada (incluyente fechas de remisión, etc.).
- Notas varias referentes al seguimiento del curso.
- Puesta en común de respuestas a dudas particulares que se consideren de interés general para el grupo.

Debate:

En este espacio se podrán realizar debates, siempre iniciados por el/por la consultor/a. Estos pueden formar parte de la evaluación continuada o bien, eventualmente, se pueden proponer sin que se incluyan en la evaluación. Se espera la participación activa de las personas participantes en el curso.

Foro:

Este es un espacio de comunicación informal abierto a las iniciativas tanto de consultores/as cómo de los propios y propias estudiantes. Por ejemplo:

- Mensaje de presentación de los y las estudiantes.

- Problemas sobre temas de configuración y funcionamiento del entorno al aula, que pueden ser resueltos entre los propios y propias estudiantes y, en ocasiones, por el consultor o la consultora.
- Se pueden plantear dudas, comentarios y cuestiones referidas a los contenidos de la asignatura que los/las estudiantes quieran compartir con el resto de participantes.
- Explicitación de inquietudes respecto a la nueva experiencia que supone estudiar en una universidad virtual.
- Comentarios sobre temas de carácter profesional, sobre el funcionamiento de los módulos y las pruebas de evaluación continuada, entre otras.
- Permite proponer temas de actualidad relacionados con los módulos y que se quieran plantear como debate (direcciones de Internet, noticias de prensa, artículos, etc.).
- Comentarios sobre la marcha del curso.
- Comentarios, observación de errores y sugerencias sobre los materiales de los módulos.
- Y cualquier otra cosa a iniciativa de los y de las alumnas.

Espacio de planificación:

En este espacio del aula se puede consultar el calendario del curso..

Espacio de recursos:

En este espacio se incluye el material didáctico, la Guía de aprendizaje y otros materiales y/o recursos de consulta. Aun así se incluyen diferentes fuentes de información que se pueden utilizar durante el curso como material complementario, a requerimiento de los consultores/se.

Espacio de evaluación:

En este espacio encontraréis el buzón de Prácticas, para la entrega de las actividades, y también podréis tener acceso a vuestro registro de calificaciones así como vuestro expediente académico.

Tablón e-formació UOC-SOC:

En él se podrán encontrar diferentes informaciones de carácter general para el buen desarrollo del curso.

Bibliografía

Fundació SURT y Cresàlida (2009)

http://www.urv.cat/media/upload/arxiu/catedra_emp/mz.pdf

Guerras, Navas, Rimbau (2008) *Direcció estratègica i política d'empresa I* Barcelona: Ed. UOC.

Osterwalder A. y Pigneur, Y. (2010) *Business Model Generation* Ed. Wiley

Rodríguez, I. Coord. (2003a) *Fundamentos de marketing* Editorial UOC

Rodríguez, I. Coord. (2003b) *Segmentación y posicionamiento*. Editorial UOC