

MEMORIA

SOLICITUD DE REEDICIÓN

TÍTULO PROPIO DE NIVEL DE GRADO

**DIPLOMA UNIVERSITARIO EN DESARROLLO
EMPRENDEDOR (NIVEL INICIAL)**

DESCRIPCIÓN DEL TÍTULO

1.1.- DENOMINACIÓN:

TÍTULO PROPIO DE NIVEL DE GRADO (DIPLOMA UNIVERSITARIO) EN: DESARROLLO EMPRENDEDOR (NIVEL INICIAL)

1.2.- CENTRO AL QUE SE ADSCRIBEN LAS ENSEÑANZAS:

FACULTAD DE ECONOMÍA, EMPRESA Y TURISMO

1.3.- DIRECTOR:

Apellidos, nombre:		GUTIÉRREZ TAÑO, DESIDERIO	
E-mail:	dgtano@ull.es	Teléfonos de contacto	
		Trabajo:	Móvil: 609758470

1.4.- TIPO DE ENSEÑANZAS:

<input type="checkbox"/> Presencial	<input checked="" type="checkbox"/> Semipresencial
<input type="checkbox"/> Virtual	

1.5.- IDIOMA EN QUE SE IMPARTE EN SU TOTALIDAD EL TÍTULO:

<input checked="" type="checkbox"/> Español	<input type="checkbox"/> Otro (indicar):
¿Se ofertan asignaturas en otro idioma distinto del español? <input type="checkbox"/> Sí <input checked="" type="checkbox"/> No	
En caso afirmativo, indicar en cuántas:	

1.6.- NÚMERO DE PLAZAS DE NUEVO INGRESO OFERTADAS:

30

1.7.- NÚMERO MÍNIMO DE CRÉDITOS DE MATRÍCULA:

30

1.8.- TASAS DE MATRÍCULA COMPLETA:

1380 €

1.9.- PRECIO POR CRÉDITO:

46 €

1.10.- FECHAS:

Preinscripción: 30 de junio al 30 de Septiembre de 2017	Matrícula: 1 a 15 de octubre de 2017
IMPARTICIÓN: Inicio: 19 de octubre de 2017	Fin: 15 junio de 2018

1.11.- EDICIONES A REALIZAR POR CURSO ACADÉMICO:

Está prevista la impartición de una edición por cada curso académico.

JUSTIFICACIÓN

2.1.-JUSTIFICACIÓN DEL TÍTULO:

A partir de la perspectiva Shumpeteriana de la economía y de la innovación, mucho se ha resaltado, desde el punto de vista teórico, la importancia económica del emprendedor. Así, puede decirse que, en esencia, el emprendedor contribuiría al crecimiento económico a través de la introducción de cambios e innovaciones y mediante la generación y estímulo de la competencia.

Asimismo, la importancia del emprendedor en el mundo real ha sido, cada vez, más difícil de ignorar. Especialmente a partir de los años 80, con la evidente pérdida de importancia del modelo de producción a gran escala en el ámbito de empresa "fordista" y con la ganancia de competitividad de las pequeñas firmas, en un entorno de creciente turbulencia, para el que las PYMEs han mostrado una mayor flexibilidad y capacidad de adaptación.

En este sentido, se constata que la creación de empleo se concentra, cada vez con mayor intensidad, en las nuevas y pequeñas empresas, en detrimento de las de mayor tamaño. Este hecho se relaciona con dos fenómenos constatados en la década los años noventa:

- Los países que presentan un mayor aumento en los índices de iniciativa empresarial tienden a mayores reducciones de las tasas de desempleo.
- Las investigaciones revelan que la iniciativa empresarial contribuye notablemente al crecimiento económico,

Por otra parte, las instituciones universitarias están viviendo en la actualidad un proceso de cambio y adaptación sin precedentes, siendo uno de los ejes fundamentales del mismo la necesidad de adaptarse a un nuevo entorno en el que los agentes socioeconómicos esperan una mayor "rentabilidad social" de la Universidad, generándose importantes expectativas respecto a cuál ha de ser el papel de las organizaciones universitarias en la creación de riqueza y empleo.

Singularmente, en aspectos como la adaptación y el aprovechamiento de las tecnologías de la información y las comunicaciones, la I+D+I como factor clave de competitividad y la valoración del capital intelectual, una universidad sostenible y competitiva habrá de representar un papel cada vez más protagonista.

En este contexto, la promoción de creación de empresas, sobre todo basadas en el conocimiento generado en la propia Universidad, así como el favorecer e inculcar el espíritu emprendedor entre sus miembros es un desafío ineludible. Y ello es así, sobre todo, si tenemos en cuenta que en el seno de la Universidades se realiza el 76 % de la investigación básica en España.

En este sentido, en el caso de Canarias, con un modelo económico basado en un esquema de especialización sectorial que se manifiesta agotado y con una objetiva necesidad de reorientación productiva hacia sectores más intensivos en conocimiento y valor añadido, la urgencia de esta aportación de sus Universidades es, si cabe, mucho más notoria. Además, es ampliamente constatable las nuevas empresas canarias presentan una escasa capacidad de innovación y diversificación productiva y una limitada internacionalización de su actividad.

Por todo ello, se hace necesario el fomento del espíritu empresarial en nuestras universidades, maximizando el potencial de la actividad empresarial innovadora y basada en el conocimiento, capaz de generar crecimiento económico, empleo y, consecuentemente, un mayor nivel de riqueza.

No obstante, el presente título se plantea con una vocación que va mucho más allá de la de generar nuevas actividades empresariales, tratando de responder a la necesidad de generar actitudes proclives al cambio, la innovación y el emprendizaje entre los egresados universitarios. Dicha actitud podría cristalizar, o no, en la creación de nuevas empresas pero, en cualquier caso, resulta imprescindible para los universitarios llamados a construir la nueva sociedad "postcrisis". En este sentido, el presente título responde a la necesidad de que los alumnos universitarios, independientemente de la titulación que finalicen adquieran la competencia emprendedora. Dicha competencia ha venido siendo denominada al menos de tres maneras diferentes en los textos principales textos internacionales: competencia en autonomía (OCDE), Espíritu Emprendedor (UE) y autonomía e iniciativa personal (LOE).

La OCDE, a través de su proyecto DESECO, Definition and Selection of Key Competentes finalizado en 2005, define la competencia en autonomía como: «la capacidad de los individuos para controlar su vida de forma responsable y con sentido, ejerciendo un grado de control sobre sus condiciones de vida y de trabajo».

Por otra parte, el Programa Educación y formación 2010 de la Comisión Europea y, dentro de éste, del Grupo de Trabajo B «Competencias Clave», define el Espíritu Emprendedor (entrepreneurship) como: «capacidad para provocar uno mismo cambios

(componente activo) y habilidad para aceptar y apoyar cambios producidos por factores externos (componente pasivo)»

Finalmente, la formulación de la Ley Orgánica de Educación (LOE) llama a esta competencia Autonomía e iniciativa personal, con lo que la convierte en la gran competencia para la acción, sea ética, económica, laboral, política o afectiva. Esta competencia remitiría a la capacidad de elegir con criterio propio, de imaginar proyectos, y de llevar adelante las acciones necesarias para desarrollar las opciones y planes personales –en el marco de proyectos individuales o colectivos– responsabilizándose de ellos, tanto en el ámbito personal, como social y laboral

Relacionado con el desarrollo de esta competencia, hallamos la creciente importancia que en el Management y en general en el ámbito educativo se le atribuye al desarrollo del talento que podría definirse como capacitar a las personas para poner en valor lo que pueden, quieren y saben hacer. En este sentido, siguiendo a José Antonio Marina, el talento puede entenderse como "...la inteligencia que es capaz de elegir metas valiosas, aprovechar los conocimientos adecuados, movilizar las emociones creadoras, aplicar la energía, el valor y la tenacidad suficientes". Según Marina, "en una sociedad del conocimiento, cuya economía estará basada cada vez más en la ciencia y en la tecnología, la principal riqueza de las naciones ya no es el territorio, ni la población, ni las materias primas ni el capital: es el talento", por lo que "el objetivo de las políticas educativas y empresariales del Estado y de la sociedad civil debe ser, en primer lugar, generar talento y, en segundo lugar, gestionar bien el talento".

Este conjunto de competencias, relacionadas con el desarrollo del talento y la actitud emprendedora, en la medida que han de ser transversales al conjunto de estudiantes universitarios/as, independientemente de la titulación cursada, en el presente grado se pretende que sean trabajadas durante los dos últimos años en los que el/la alumno/a finaliza sus estudios y se encuentra más cerca del mercado laboral, pudiendo aplicar, desde una perspectiva creativa y profesional, el conjunto de contenidos desarrollados en los dos años anteriores a un proyecto empresarial innovador.

2.2.-ANÁLISIS DE LA DEMANDA SOCIAL, ACADÉMICA Y PROFESIONAL:

Este Título está dirigido, de manera genérica, a todo aquel alumnado que cumpla con los requisitos obligatorios para el acceso a los estudios universitarios y que presente vocación emprendedora. En este sentido, es de destacar los siguientes grupos de alumnado potencial:

- Personas que, contando con los requisitos mínimos para ingresar en la universidad y que incluso han podido superar en el pasado una titulación universitaria, han llevado a cabo su actividad profesional por cuenta ajena en el mercado laboral durante una serie de años y, fruto de ello, se plantean en la actualidad acometer un proceso de emprendimiento.
- Alumnado universitario que se encuentran cursando un grado oficial en la Universidad de La Laguna en los últimos años de su titulación. Esta formación, de carácter transversal y complementaria, les permitiría adquirir el conjunto de habilidades integradas en el ámbito de la **competencia emprendedora**.
- Personas que se plantean realizar estudios universitarios tras la superación de los de Bachillerato pero que no desean desarrollar un ciclo largo de cuatro años a modo de grado oficial. En este ámbito, es necesario destacar al alumnado egresado de formación profesional que, en muchas ocasiones, cuenta con un amplio bagaje de conocimientos técnicos, pero que carece de herramientas que le permitan focalizar los mismos hacia la actividad emprendedora.
- Alumnos/as que acaban de finalizar un grado oficial, fundamentalmente en la Universidad de La Laguna, y quiere complementar su formación con la oferta transversal del presente título. Este espacio de un año académico puede servirle a dicho alumnado como ámbito de maduración y reflexión al respecto de su proyecto personal-profesional, en el cual aplicar el conjunto de conocimientos adquiridos en el itinerario de la titulación oficial recién finalizada. Este espacio de reflexión podría complementarlo con otros procesos paralelos de formación o, incluso, con una actividad laboral

Teniendo en cuenta que el alumnado anterior podría ser considerado como los potenciales "clientes" del presente Título y que las plazas ofertadas ascienden a 30, ello nos lleva a concluir que existe un amplio mercado para la captación necesario para cubrir la totalidad de las plazas

2.3.-INFORMACIÓN SOBRE LA SITUACIÓN DE TÍTULOS SIMILARES O AFINES EN EUROPA Y EN ESPAÑA, Y COHERENCIA CON TITULACIONES DE GRADO O POSGRADO:

El presente Diploma Universitario en Desarrollo Emprendedor (GRADE), dado su carácter innovador, presenta pocos precedentes a escala nacional e internacional. Sin embargo sí pueden citarse algunas experiencias que se sitúan en el mismo ámbito y enfoque pedagógico y con la totalidad de las cuales se ha contactado y colaborado a lo largo de las dos pasadas ediciones.

En este sentido, destaca el **Grado en Liderazgo Emprendedor e Innovación ofrecido por la Universidad de Mondragón**, ofreciéndose con el objetivo general de que los/as graduados/as puedan “..liderar la creación de nuevas empresas y/o nuevos negocios dentro de empresas existentes”, constituyéndose en el “..primer título oficial a nivel estatal en emprendizaje e innovación”. Las competencias adquiridas por los graduados y graduadas de esta titulación se agrupan en tres categorías:

- (1) Aprender en equipo
- (2) Liderar en equipo
- (3) Empezar en equipo.

Dentro de cada categoría se agrupan 7 competencias que responden a la necesidad de aprender, liderar y ser emprendedores en un contexto de colaboración. El/la estudiante podrá escoger además un campo de especialización relacionado con uno de los siguientes sectores empresariales emergentes: empresas digitales, servicios avanzados, biociencias y empresas sociales. Siendo parte de una plataforma de colaboración con empresas del sector, los participantes podrán conocer sus características básicas y claves de funcionamiento.

Siendo un referente directo del Título que aquí se presenta, la principal diferencia es que nuestra oferta no con sustituye una propuesta finalista y exclusiva para el alumno una vez finalizado su bachillerato, sino que nace con la vocación de transcurrir de manera paralela al final del desarrollo de los dos últimos cursos de Grado oficial por parte del mismo.

Una propuesta que se asemeja más a la que en esta memoria se presenta podría ser el **Título propio en Innovación y Emprendizaje, ofrecido por la Universidad de Deusto**. Se trata de una oferta de formación adicional que pueden cursar de manera simultánea a sus estudios los estudiantes de Grado en ADE y de los Dobles Grados de la Deusto Business School en San Sebastián como un complemento formativo. Este Título Propio tiene una dimensión de 30 ECTS, distribuidos a lo largo de tres años, de manera complementaria a los estudios de Grado: 2º, 3º y 4º curso del Grado en ADE y 3º, 4º y 5º curso de los Dobles Grados (Administración y Dirección de Empresas y Derecho).

Este Título Propio está diseñado para estudiantes con sentido de la iniciativa que deseen reforzar su actitud creativa, abierta y proactiva, no sólo para lanzar su empresa sino, en general, para emprender nuevos proyectos. Este título propio se plantea con el objetivo de que el alumno/a participante desarrolle un comportamiento emprendedor e innovador en los dos sentidos siguientes:

- COMPORTAMIENTO EMPRENDEDOR: identificar oportunidades y tomar la iniciativa para ponerlas en marcha, haciendo partícipes de su visión de futuro y de sus proyectos a terceras personas.
- COMPORTAMIENTO INNOVADOR: diseñar y aplicar procesos innovadores que conducen a la obtención de mejores soluciones ante situaciones y proyectos reales.

El enfoque de este título propio en Innovación y Emprendizaje quizás sea el que más se asemeja al Título que presentamos en esta memoria: se trata de una oferta que transcurre paralela al itinerario que el alumno/a realiza en el Grado oficial. Sin embargo, quizás la principal diferencia que aporta nuestra propuesta es que el público al que va dirigido no se restringe únicamente a algunos Grados (ADE y el doble grado de ADE y Derecho). Junto a ello, la propuesta del plan de estudios de nuestro Título, que plantea un desarrollo en paralelo de las competencias técnicas, la elaboración del modelo de negocio y las habilidades sociales, constituye asimismo un elemento claramente diferencial de nuestra propuesta.

Finalmente, es quizás en el ámbito del posgrado donde exista una oferta más amplia de formación en innovación y emprendizaje en el contexto de la universidad española. Obviamente se trata de un enfoque completamente diferente al que aquí se propone, en la medida que se ofrece como un ámbito de especialización una vez finalizada la formación de Grado. Si bien, por consiguiente, no puede considerarse una oferta del todo afín, podemos mencionar algunos de dichos títulos, a modo de ejemplo y sin ánimo de exhaustividad:

- El **Máster en Creación y Dirección de Empresas** es un programa liderado por la Nebrija Business School (Universidad de Lebrija) con la finalidad de formar a emprendedores y directivos en las competencias y capacidades necesarias para desarrollar exitosamente Planes de Negocio con innovación y creatividad, sabiendo identificar las oportunidades de negocio, con una visión completa de los factores determinantes en su implementación.
- **Master en Dirección de Empresas para Emprendedores**, promovido por el Instituto de Empresa y que está estructurado en seis áreas de conocimiento (Modelo de negocio, Gestión Financiera para Emprendedores, Tecnología e innovación, Gestión del Marketing, La internacionalización del negocio y Liderazgo de equipos)
- El **Master in Business Innovation (MBI)**, ofrecido por la Universidad de Deusto y diseñado específicamente para promover la búsqueda de nuevas oportunidades de negocio, mejorar el desarrollo, la implantación y comercialización de ideas estratégicas así como la creación de una cultura que promueva la innovación y el emprendizaje en las organizaciones.
- **Máster en Gestión de la Innovación Empresarial**, ofrecido por la Universidad de Barcelona diseñado para formar profesionales con visión para hacer crecer empresas y organizaciones desde la innovación, que conozcan las estrategias más innovadoras de gestión empresarial y desarrollen las habilidades directivas necesarias para promover el cambio en las organizaciones.
- El **Programa de postgrado de Creatividad e Innovación**, coordinado por la Universidad Pompeu Fabra, ofrece a los participantes las bases para el desarrollo de la creatividad, la generación de ideas, el pensamiento productivo, el análisis prospectivo y la gestión de la innovación. Además de dotar a los participantes de conocimientos concretos y competencias específicas que los conviertan en estrategias de la creatividad y la innovación en diferentes ámbitos.

La Universidad Politécnica de Barcelona ofrece el **Master in Business Innovation**, dotar a los profesionales de instrumentos para que gestionen el crecimiento de la empresa sobre la base de la innovación y la capacidad de emprender y poniendo el foco en una mayor creación de valor para el cliente, aprovechando una herramienta como la Open Innovation.

2.5.-DESCRIPCIÓN DE LOS PROCEDIMIENTOS DE CONSULTA INTERNOS Y EXTERNOS UTILIZADOS PARA LA ELABORACIÓN DEL PLAN DE ESTUDIOS:

El presente proyecto de Título surge como resultado de la convergencia de los siguientes procesos de análisis, complementado con la experiencia derivada de las dos ediciones anteriores:

- Experiencia directa de los programas de fomento al emprendimiento en la Universidad de La Laguna. La puesta en marcha del programa *Emprende.ull*, en cuyo proceso se han implicado directamente los promotores del presente proyecto, ha dado un amplio bagaje experiencial en el ámbito de la promoción y apoyo a la actividad emprendedora entre jóvenes universitarios. Lo mismo cabría decir de la Cátedra Fundación DISA de Jóvenes Emprendedores, en el ámbito especialmente de la motivación al emprendimiento y del emprendimiento social.
- Experiencia directa de la formación para el emprendimiento de carácter curricular en diversas asignaturas de la propia Universidad de La Laguna. Desde el año 2000, aproximadamente, en la Universidad de La Laguna se vienen desarrollando procesos de formación en emprendimiento en el ámbito de diversas asignaturas de la Universidad de La Laguna. A ello hay que añadir los programas de innovación docente de carácter interdisciplinar enfocados a que el alumnado realice proyectos empresariales.
- También hay que destacar la reciente creación del Grupo de Innovación Docente "Innovación y Emprendimiento" al que pertenecen los promotores de este título propio.
- Análisis de ofertas más o menos cercanas en el contexto nacional, ya apuntadas con anterioridad.
- Participación en diversas redes y reuniones con expertos nacionales en la materia de formación para el emprendimiento, que ha permitido a los promotores madurar y ajustar la oferta aquí recogida a las necesidades de jóvenes universitarios.
-

3. COMPETENCIAS

3.1.- COMPETENCIAS BÁSICAS:

De acuerdo con el ANEXO I del REAL DECRETO 1393/2007, de 29 de octubre, por el que se establece la ordenación de las enseñanzas

universitarias oficiales, así como el ANEXO I del Real Decreto 861/2010, de 2 de julio, por el que se modifica el anterior, en el caso del grado, se garantizarán las siguientes competencias básicas:

- Que los estudiantes hayan demostrado poseer y comprender conocimientos en un área de estudio que parte de la base de la educación secundaria general, y se suele encontrar a un nivel que, si bien se apoya en libros de texto avanzados, incluye también algunos aspectos que implican conocimientos procedentes de la vanguardia de su campo de estudio
- Que los estudiantes sepan aplicar sus conocimientos a su trabajo o vocación de una forma profesional y posean las competencias que suelen demostrarse por medio de la elaboración y defensa de argumentos y la resolución de problemas dentro de su área de estudio
- Que los estudiantes tengan la capacidad de reunir e interpretar datos relevantes (normalmente dentro de su área de estudio) para emitir juicios que incluyan una reflexión sobre temas relevantes de índole social, científica o ética
- Que los estudiantes puedan transmitir información, ideas, problemas y soluciones a un público tanto especializado como no especializado
- Que los estudiantes hayan desarrollado aquellas habilidades de aprendizaje necesarias para emprender estudios posteriores con un alto grado de autonomía.

3.2.- COMPETENCIAS GENERALES:

Por iniciativa de la OCDE se ha desarrollado en la pasada década el Proyecto DESECO («Definition and Selection of Key Competences»), quizás la iniciativa internacional más ambiciosa en la línea de proporcionar un marco de referencia para extender a largo plazo una evaluación de nuevos «dominios de competencia» en el marco de la sociedad actual, la cual requiere unas competencias más complejas, que cubren el conocimiento, las habilidades, las actitudes y los valores. El presente título propio de nivel de grado se inscribe en este marco, en la medida que trata de facilitar la adquisición estos dominios de competencias por parte de los egresados de los diferentes grados oficiales de cara a su desarrollo socioprofesional. En este sentido, DESECO publica en el año 2005 su informe de conclusiones definiendo tres grandes categorías para las competencias clave:

- 1) Manejo interactivo de herramientas, como el lenguaje o la tecnología,
- 2) Interacción en grupos heterogéneos,
- 3) Actuar con autonomía.

El presente Título propio de nivel de grado tiene como objetivo general **que el/la alumno/a desarrolle una competencia emprendedora de amplia base que le permita aplicarla a contextos muy diversos, altamente complejos, variables e inciertos.**

Para ello, frente a una concepción de la competencia emprendedora estática, limitada a la capacidad para desarrollar un plan de negocios, considerado una vez escrito como la culminación de un proceso y una colección definitiva de hechos, en el presente título se planteará un enfoque dinámico hacia la actividad emprendedora, basada en el concepto de **modelo de negocio**, diseñado para ser rápidamente modificado y reflejar y adaptarse a la realidad, como resultado del registro de cambios en el entorno del proyecto, derivado del contacto con clientes, distribuidores, proveedores, socios etc.

El desarrollo de estas capacidades para la elaboración de modelos de negocio con un enfoque adaptativo le permitirá al alumno/a adquirir de forma paralela unas competencias más generales dirigidas al análisis de información y toma de decisiones en contextos socioprofesionales muy diversos.

En este sentido, podríamos decir que existen tres grandes enfoques en la educación en iniciativa emprendedora que, a su vez, darían lugar a dos grandes perspectivas metodológicas (ver cuadro 5)¹:

- **El mundo emprendedor.** Este enfoque se centra en el emprendedor y sus rasgos de personalidad característicos. Presenta al emprendedor casi como un superhéroe. La metodología de enseñanza se basa en la lectura y en dar apoyo. Los estudiantes se preocupan por si tienen o no las características requeridas para ser emprendedores, mientras que los educadores enseñan modelos de conducta que no necesariamente incluyen a todos los estudiantes. A pesar de ser un enfoque que pretende describir al emprendedor, no por ello es más fácil seleccionar a los ganadores.

¹ Neck, H.M. y Greene, P.G. (2011). “Entrepreneurship Education: Known Worlds and New Frontiers”. *Journal of Small Business Management*, 49(1), 55–70.

- **El mundo del proceso.** En este enfoque la iniciativa emprendedora es un proceso que parte de la identificación de una oportunidad, a la que sigue el desarrollo del concepto, la adquisición de recursos y, finalmente, la creación de una empresa. Este enfoque se basa en la planificación y la predicción. Por lo tanto, el análisis de viabilidad, el plan de empresa y la previsión financiera son piedras angulares de los programas de iniciativa emprendedora. Las metodologías más utilizadas son el plan de negocios y el método de casos. Sin embargo, la iniciativa emprendedora no es lineal ni previsible, aunque es fácil enseñarla como si lo fuera.
- **El mundo cognitivo.** Es el enfoque más reciente. Si bien está centrado en el emprendedor, es más dinámico y se centra en “cómo pensar de una forma emprendedora”. Este enfoque reconoce que no hay un modelo único de empresario e incentiva la innovación tanto en los productos y servicios como en los modelos de negocio.

Cuadro 5. Iniciativa emprendedora: proceso frente a método

Iniciativa emprendedora como PROCESO	Iniciativa emprendedora como MÉTODO
Conocer entradas y salidas	Un conjunto de competencias y técnicas
Pasos	Herramientas
Predictivo	Creativo
Lineal	Iterativo
Precisión	Experimentación
Contraste	Practicidad

El presente Título, si bien tiene una perspectiva ecléctica, se centra fundamentalmente en el tercer enfoque, por lo que se trabajarán tres competencias generales de manera simultánea, tratando de que el alumno/a aprenda a diseñar modelos de negocio innovadores pero que, al mismo tiempo, adquiera las técnicas de gestión empresarial necesarias para ello y, asimismo, desarrolle las habilidades personales y sociales necesarias para desenvolverse de manera proactiva en contextos empresariales. En este sentido, las competencias generales que se pretenden conseguir serían las siguientes:

- ✓ Diseñar modelos de negocio rentables partiendo de la detección de ideas empresariales innovadoras
- ✓ Aplicar el conjunto de técnicas necesarias para desarrollar procesos de emprendimiento a partir de modelos de negocio potencialmente rentables previamente diseñados.
- ✓ Adquirir las habilidades sociales y personales necesarias para poner en práctica procesos de emprendimiento

Para ello, además de los contenidos desarrollados a través de clases teórico – prácticas, se contará con la presencia de emprendedores y empresarios que contarán sus experiencias reales relacionadas con el emprendimiento.

3.3.- COMPETENCIAS ESPECÍFICAS:

A continuación se pasan a desarrollar, para cada una de estas competencias generales, las competencias específicas que se pretenden lograr con el presente Título.

1. Diseñar y contrastar modelos de negocio rentables partiendo de la detección de ideas empresariales innovadoras

- Comprender el contexto socioeconómico actual, las principales relaciones y tendencias globales y su incidencia en el desarrollo de nuevas actividades empresariales y modelos de negocio innovadores
- Conocer e interiorizar las características que el emprendedor ha de tener en este nuevo contexto competitivo
- Detectar ideas empresariales innovadoras a partir de problemas, necesidades u oportunidades existentes en el entorno socioeconómico
- Conocer, asumir y practicar métodos ágiles de emprendimiento más adecuados a los entornos actuales

- Diseñar modelos de negocio a partir de ideas empresariales, identificando las propuestas de valor, clientes potenciales, esquema de relaciones, mecanismos de distribución, recursos y actividades clave, red de partners, y la ecuación de beneficio
- Identificar los principales patrones de modelos de negocio existentes en el entorno competitivo actual y desarrollar procesos innovadores para adaptarlos a diversos contextos
- Desarrollar y contrastar las principales hipótesis asociadas al diseño de modelos de negocio
- Prever los beneficios económico– financieros esperables de un modelo de negocio, partiendo de la estimación de los ingresos y costes esperados.
- Diseñar y/o prototipar productos y servicios bajo el enfoque de Mínimo Producto Viable.
- Desarrollar enfoques y estrategias para escalar el negocio

2. Aplicar el conjunto de técnicas necesarias para desarrollar procesos de emprendimiento a partir de modelos de negocio potencialmente rentables previamente diseñados.

- Conocer y dominar el conjunto de herramientas digitales necesarias para la gestión empresarial y emprendedora en el contexto competitivo actual.
- Crear y construir una red propia de conocimiento.
- Planificar, impulsar y gestionar proyectos, realizando análisis prospectivos y formulando tendencias, dominando para ello las técnicas adecuadas.
- Desarrollar procesos de internacionalización empresarial, conociendo las herramientas de planificación y apoyo existentes.
- Conocer y desarrollar los conceptos básicos de un enfoque de marketing en los negocios.
- Realizar y ejecutar planes de marketing.
- Conocer y aplicar a contextos reales los principales aspectos jurídicos, organizativos, fiscales y administrativos relativos a la actividad empresarial.

3. Adquirir las habilidades sociales y personales necesarias para poner en práctica procesos de emprendimiento

- Conocer las propias potencialidades, distinguiendo puntos fuertes y débiles
- Autoevaluar el potencial emprendedor
- Gestionar procesos de aprendizaje individual y organizativo y coordinar procesos de trabajo en equipo
- Dominar y aplicar técnicas de estímulo y desarrollo de la creatividad individual y en grupo
- Desarrollar y aplicar pensamiento de carácter estratégico
- Evaluar, desde una perspectiva crítica, los principales elementos éticos que concurren en la toma de decisiones empresariales y aplicarlos a contextos diversos.
- Automotivarse y motivar a otros, autogestionando constructivamente las propias emociones y transmitiendo determinación desde una perspectiva de liderazgo contractivo.
- Planificar y llevar a cabo procesos de negociación constructivos
- Comunicar decisiones, proyectos y propuestas en contextos diversos y a través de diferentes medios.

4. ACCESO Y ADMISIÓN DE ESTUDIANTES

4.1.-SISTEMAS DE CAPTACIÓN Y ORIENTACIÓN AL ALUMNADO:

Dado el enfoque del presente título propio de nivel de grado, ofertado al alumnado que se halla cursando los dos últimos cursos de su grado universitario oficial, nuestro objetivo es que la totalidad de los estudiantes potencialmente interesados ya hayan tenido un conocimiento de esta oferta en el transcurso de sus dos primeros años de su experiencia universitaria. Ese va a ser el momento clave en el que se va a actuar desde la perspectiva de la **información y orientación**.

Para ello, el Consejo académico del título y más específicamente los codirectores del mismo participarán en todos aquellos foros en los que esta información pueda llegar al alumnado potencial desde el momento mismo de su ingreso en la universidad. En este sentido, se hará énfasis en participar en las jornadas de bienvenida de los distintos centros, jornadas pre-PAU y post-PAU, jornadas de orientación, etc.

Asimismo, el presente título propio contará con un portal web en el que se incluirá toda la información del título, posibilidades de ampliar información, vínculo a preinscripción e inscripción, etc. Asimismo, se pretende que dicho ámbito virtual se convierta en un espacio dinámico de reflexión, análisis y debate en torno al emprendimiento juvenil, mostrando ejemplos de casos de éxito, buenas prácticas, etc. Por otra parte, también se elaborará un perfil del título para participar en las principales redes sociales (facebook, twitter, etc) y estar en contacto de manera continua y directa, tanto con el alumnado potencial como con el que en cada momento se halle participando.

Asimismo, se establecerá un canal directo de comunicación con los distintos planes de acción tutorial que se están llevando a cabo en la Universidad de La Laguna, de cara a que el personal académico que está llevando a cabo esas labores de tutorización tenga toda la información del título y pueda trasladársela al alumnado respecto al que detecte potencial emprendedor.

De igual forma, este vínculo directo también se mantendrá con los diferentes programas de acompañamiento y orientación laboral existentes en la Universidad, fundamentalmente llevados a cabo a través de la Fundación Empresa Universidad de La Laguna.

Finalmente, toda la información del título también se trasladará al Servicio de Información y Orientación (SIO) de la Universidad de la Laguna de cara a que la tengan en cuenta a la hora de asesorar al alumnado respecto a esta alternativa formativa.

Respecto a la **acogida del alumnado**, hay que tener en cuenta que la totalidad del mismo ya ha sido miembro de la comunidad universitaria de la Universidad de La Laguna, por lo que conoce buena parte de los servicios. No obstante, en la medida de que buena parte del mismo puede no conocer la Facultad de Economía, Empresa y Turismo y que es necesario una adaptación a las circunstancias específicas del título, al comienzo de cada año académico se llevarán a cabo las siguientes actuaciones de acogida al alumnado de nuevo ingreso:

- Se entregará a todos los estudiantes de primer ingreso del título y se alojará en la correspondiente página web en formato digital, una Guía del Curso, en la que se incluirá información pormenorizada tanto sobre los servicios del Centro (biblioteca, aulas de Informática, equipo directivo, normativa interna...) como sobre el propio título (organización docente, aulas, departamentos, profesorado, plan de estudios, estructura curricular, trabajo fin de titulación, evaluación, horarios...).
- Se llevará a cabo por parte de los responsables de biblioteca del centro una sesión informativa sobre el mencionado servicio, haciendo especial énfasis en las utilidades para la búsqueda de información, especialmente en formato digital.

4.2.- ACCESO:

Para poder acceder a los estudios conducentes a la obtención de títulos propios de nivel de grado se han de reunir los requisitos necesarios para el acceso a los estudios universitarios de acuerdo a lo establecido por las normativas de aplicación.

Acceso de estudiantes con titulación extranjera. Tendrán acceso a estudios conducentes a la obtención de títulos propios de nivel de grado por la Universidad de La Laguna quienes acrediten estar en posesión de los requisitos equivalentes a los establecidos para el acceso a los estudios universitarios españoles.

4.3.- ADMISIÓN DEL ALUMNADO:

Los estudiantes que reúnan los requisitos correspondientes podrán acceder a cualquier título propio de nivel de grado previa admisión efectuada por la Comisión Académica del título.

4.4.- BAREMO DE SELECCIÓN:

Caso de que existan más solicitantes que cumplan los requisitos de admisión que plazas ofertadas, el Consejo Académico podrá realizar una prueba escrita, así como una entrevista personal a los solicitantes, priorizando a aquellos que muestren una mayor motivación y cualidades hacia el emprendimiento.

5. PLANIFICACIÓN DE LAS ENSEÑANZAS

5.1.-ORGANIZACIÓN Y GESTIÓN DE LA ENSEÑANZA:

El presente título propio, a pesar de no tener el carácter de oficial, se ha elaborado atendiendo a la normativa vigente en la materia de enseñanzas universitarias oficiales, en concreto el Real Decreto 1393/2007, de 29 de octubre, por el que se establece la ordenación de las enseñanzas universitarias oficiales, así como el Real Decreto 861/2010, de 2 de julio, por el que se modifica el anterior. Asimismo, se ha atendido al Reglamento de Estudios Propios de Nivel de Grado de la Universidad de La Laguna (BOC Nº 92 de 15 de Mayo de 2013).

Más concretamente, en el artículo 3 este último reglamento se hace alusión a que "Se establece la denominación genérica de Diploma Universitario en T Nivel E, por la Universidad de La Laguna, siendo T la denominación del título propio y E el específico, que se establece en función de la carga lectiva del título en particular....", indicándose asimismo que se podrán articular títulos propios de hasta 60 ECTS con el carácter de "nivel inicial". Por tanto, la estructura del título propio que aquí se representa se ajusta al mencionado carácter.

La estructura del presente título se plantea con una carga total de 30 créditos, que corresponden a cuatro asignaturas obligatorias y al Trabajo fin de titulación (TFT). Cada una de ellas tiene una carga de 6 ECTS, el mínimo establecido en el Reglamento de Estudios Propios de Nivel de Grado de la Universidad de La Laguna (BOC Nº 92 de 15 de Mayo de 2013). Dado que se trata de un título con una carga docente inferior a 120 ECTS, no se plantea optatividad, teniendo, por tanto, la totalidad de asignaturas el carácter de obligatorias.

5.2.- ESTRUCTURA DE LAS ENSEÑANZAS:

ESTRUCTURA GENERAL DEL PLAN DE ESTUDIOS:	
ESPECIALIDADES	SEÑALAR
Intensificación*	<input type="checkbox"/> SÍ <input checked="" type="checkbox"/> NO
TIPO DE ASIGNATURAS/MATERIAS	CRÉDITOS
Obligatorias	24
Optativas	0
Prácticas externas (si se incluyen)	0
Trabajo fin de titulación	6
TOTAL	30

Las cuatro asignaturas que componen la estructura curricular del presente título, se plantean en forma de itinerario que el alumnado recorre en su proceso de aprendizaje, cursando sucesivamente cada una de ellas en cada uno de los dos cuatrimestres que abarca la titulación. De esta manera, cada cuatrimestre el alumnado cursa dos asignaturas, desarrollando de forma paralela su trabajo fin de titulación, el cual consistirá en el diseño de un modelo de negocio empresarial adaptado al contexto competitivo actual. Esas cuatro asignaturas son las siguientes:

- 1) Proceso de emprendimiento
- 2) Innovación y descubrimiento de clientes.
- 3) Validación de clientes
- 4) Creación y escalabilidad del proyecto

Cada una de las asignaturas está compuesta, a su vez, por cinco temas (que suponen 10 horas de docencia presencial cada uno), los cuales se corresponden con tres tipos de habilidades que se pretenden desarrollar en el alumnado de manera progresiva a lo largo de los dos años académicos que abarca el título:

- Habilidades de diseño de modelos de negocio y del proceso de emprendimiento.
- Habilidades técnicas orientadas a la gestión empresarial.
- Habilidades sociales y personales.

Cada asignatura incluye un tema, que completa las 60 horas de docencia que cada una supone, denominado “experiencias de liderazgo y emprendimiento” consistente en que emprendedores y líderes empresariales contarán su experiencia en el aula, enmarcándola en el desarrollo de los contenidos y competencia de cada tema.

Finalmente, la estructura curricular del plan de estudios se completa con la realización de un Trabajo Fin de Titulación, que se desarrollará de manera paralela al proceso formativo y que consistirá en la elaboración y análisis de viabilidad de un proyecto en forma de modelo de negocio. El alumno/a contará desde un inicio con el apoyo de un tutor de trabajo fin de titulación que será algún profesor/a del título propio. Ha de indicarse que la superación de la asignatura de trabajo fin de titulación del presente título permitirá que al alumno/a le sean reconocidos en el posible Grado Oficial que esté cursando los 6 ECTS que la Universidad de La Laguna contempla para trabajos de voluntariado o formación emprendedora.

5.3.- PLAN DE ESTUDIOS:

DESGLOSE CURRICULAR DE LA TITULACIÓN:			
ASIGNATURA	TIPOLOGÍA	CRÉDITOS	CARÁCTER
Proceso de emprendimiento	Obligatorio	6	(1)
Innovación y descubrimiento de clientes.	Obligatorio	6	(1)
Validación de clientes	Obligatorio	6	(1)
Creación y escalabilidad del proyecto	Obligatorio	6	(1)
Trabajo Fin de Titulación	Obligatorio	6	(2)

- (1) Las cuatro asignaturas que componen la estructura curricular del presente título, se plantean en forma de itinerario que el alumnado recorre en su proceso de aprendizaje, cursando sucesivamente cada una de ellas en cada uno de los dos cuatrimestres que abarca la titulación: las dos primeras en el primer cuatrimestre y las dos siguientes en el segundo cuatrimestre.
- (2) El Trabajo Fin de Titulación se desarrollará de manera paralela al proceso formativo a lo largo de todo el curso.

ASIGNATURA 1. PROCESO DE EMPRENDIMIENTO	
TEMAS	DESCRIPTORES
El proceso de emprendimiento. El emprendimiento ágil	Propone un nuevo marco para el desarrollo del proceso de emprendimiento acorde con el momento que vivimos, caracterizado por una salida rápida para contrastar las hipótesis sobre las que se basa el proyecto con el que se va a trabajar..
La idea empresarial para la solución de un problema.	Contribuye a preparar al alumnado para estar en posición de alerta para detectar, descubrir e identificar oportunidades de mejora en su entorno. Propone herramientas y un lenguaje común para la descripción, análisis y diseño de proyectos innovadores.
Tecnologías de la información y destrezas digitales	Dota de herramientas tecnológicas colaborativas que fomentan la innovación y el emprendimiento. Posibilitan que el alumnado cree y construya su propia red de conocimiento.
Autodescubrimiento. Autoevaluación emprendedora	Descubre la inquietud por emprender y posibilita al alumnado que descubra el perfil del emprendedor.
Técnicas de aprendizaje y trabajo en equipo	Propone técnicas de aprendizaje y de trabajo en equipo que favorecen el proceso de emprendimiento
Experiencias de liderazgo y emprendimiento I	Actores sociales (emprendedores/as, empresarios/as, directivos/as, ...) exponen casos y experiencias de éxito y fracaso que ilustran el proceso de emprendimiento y que permiten reflexionar sobre los contenidos tratado en los distintos temas de la asignatura.

ASIGNATURA 2. INNOVACIÓN Y DESCUBRIMIENTO DE CLIENTES	
TEMAS	DESCRIPTORES
Innovación en proyectos. Patrones de modelos de negocio	Facilita herramientas para el diseño de proyectos innovadores. Inspira la creatividad y la innovación en modelos de negocio a través del análisis de patrones existentes.
Descubrir clientes. Contraste del concepto. Pivotar	Propone metodologías para conocer si la propuesta de valor de los proyectos son aceptadas por los potenciales clientes. Introduce el concepto de pivotar como procedimiento habitual en el método de emprendimiento.
Gestión de proyectos e Iniciación a la internacionalización	Dota de herramientas para planificar, organizar, asegurar y coordinar recursos y personas en el desarrollo de procesos de emprendimiento.
Creatividad	Favorece las habilidades creativas del alumnado como recurso clave en la innovación en proyectos. Introduce técnicas de creatividad.
Habilidades estratégicas, toma de decisiones y liderazgo	Descubre e impulsa en el alumnado un conjunto de capacidades y conocimientos para realizar las actividades de liderazgo y administración en el rol de participante en un grupo de trabajo u organización. Toma de decisiones, liderazgo
Experiencias de liderazgo y emprendimiento II	Actores sociales (emprendedores/as, empresarios/as, directivos/as,...) exponen casos y experiencias de éxito y fracaso que ilustran el proceso de emprendimiento y que permiten reflexionar sobre los contenidos tratado en los distintos temas de la asignatura.

ASIGNATURA 3. VALIDACIÓN DE CLIENTES	
TEMAS	DESCRIPTORES
Generación y contraste de hipótesis de proyectos de emprendimiento	Desarrolla metodologías para la generación y contraste de las hipótesis de todos los elementos que constituyen el proyecto innovador.

La ecuación de beneficio del modelo de negocio: La cuenta inversa	Dota al alumnado de herramientas y conceptos para indagar en la viabilidad económica del proyecto.
Marketing	Desarrolla los conceptos básicos de un enfoque de marketing de proyectos: conceptualización de la propuesta de valor, estructuración de la cartera de productos, estrategias de precios, distribución y comunicación.
Ética empresarial. Emprendimiento social	Promueve un conjunto de valores, normas y principios para alcanzar una sintonía entre los objetivos empresariales y la sociedad. Favorece el emprendimiento social como posible enfoque de las actividades empresariales.
Coraje y voluntad de sobrepasar barreras. Autogestión.	Promueve en el alumnado una serie de capacidades necesarias para superar situaciones adversas propias de los procesos de emprendimiento dándole al concepto de fracaso dimensiones positivas.
Experiencias de liderazgo y emprendimiento III	Actores sociales (emprendedores/as, empresarios/as, directivos/as,...) exponen casos y experiencias de éxito y fracaso que ilustran el proceso de emprendimiento y que permiten reflexionar sobre los contenidos tratado en los distintos temas de la asignatura..

ASIGNATURA 4. CREACIÓN Y ESCALABILIDAD DEL PROYECTO

TEMAS	DESCRIPTORES
Diseño de productos/servicios. Mínimo Producto Viable. Prototipado.	Introduce técnicas de diseño de servicios y prototipado de productos orientados al contraste posterior por el público objetivo. Propone el concepto de Mínimo Producto Viable como el enfoque apropiado para el desarrollo de proyectos de alta incertidumbre.
Estrategia y evaluación de proyectos	Desarrolla en el alumnado enfoques y estrategias para escalar proyectos y hacerlo crecer de forma rentable a medio plazo.
Creación de empresas: aspectos jurídicos y organizativos	Dota al alumnado de conocimientos esenciales jurídicos y procedimentales para la puesta en marcha de un proyecto
Negociación	Promueve capacidades de negociación en el alumnado, propias de las fases de emprendimiento en las que es necesario llegar a acuerdos con proveedores, socios, inversores, ...
Habilidades comunicativas	Promueve e instruye al alumnado en habilidades de comunicación
Experiencias de liderazgo y emprendimiento IV	Actores sociales (emprendedores/as, empresarios/as, directivos/as,...) exponen casos y experiencias de éxito y fracaso que ilustran el proceso de emprendimiento y que permiten reflexionar sobre los contenidos tratado en los distintos temas de la asignatura.

TRABAJO FIN DE TITULACIÓN (TFT)

TEMAS	DESCRIPTORES
Trabajo de Fin de Titulación (TFT)	Desarrollo por parte del alumnado a lo largo del grado de una metodología para el emprendimiento aplicada a un proyecto innovador.

5.4.- RESUMEN GUÍAS DOCENTES:

Denominación de la Asignatura	PROCESO DE EMPRENDIMIENTO			
Carácter	Obligatoria	Créditos ECTS	6	
Módulo al que pertenece (en su caso)				
Duración y ubicación temporal dentro del plan de estudios				
Primer cuatrimestre				
Competencias y resultados del aprendizaje que el estudiante adquiere				
<ul style="list-style-type: none"> -Competencias de diseño y contraste de modelos de negocio -Competencias técnicas para desarrollo de procesos de emprendimiento -Competencias sociales y personales para poner en práctica procesos de emprendimiento 				
Actividades formativas en créditos ECTS, su metodología de enseñanza-aprendizaje y su relación con las competencias que debe adquirir el estudiante				
Actividades formativas	Horas presenciales	Horas de trabajo autónomo	Total Horas	Relación con competencias
Asistencia clases teóricas	20		20	
Asistencia clases prácticas (aula / sala de demostraciones / prácticas laboratorio)	20		20	
Realización de seminarios u otras actividades complementarias	10		10	
Realización de trabajos (individual/grupal)		50	50	
Estudio preparación clases teóricas		10	10	
Estudio preparación clases prácticas		10	10	
Preparación de exámenes		20	20	
Realización de exámenes	5		5	
Asistencia a tutorías	5		5	
Total horas	60	90	150	
		Total ECTS		
Distribución de los créditos entre actividades teóricas y prácticas				
Teóricas: 3		Prácticas: 3		
Breve descripción de los contenidos				
<p>Emprender y el emprendedor. El proceso de emprendimiento. El emprendimiento ágil. Modelo de negocio. Diseño de propuesta de valor. Tendencias tecnológicas y repercusiones en modelos de negocio. Habilidades digitales básicas y herramientas tecnológicas colaborativas. Autodescubrimiento. Autoevaluación emprendedora</p>				
Criterios de evaluación de la adquisición de las competencias y ponderación de calificaciones				
<p>Asistencia a un mínimo del 80% de las clases. Pruebas objetivas: parte teórica y parte práctica. La parte práctica se considera superada con la realización satisfactoria de los trabajos y casos prácticos. Para aprobar la asignatura es necesario tener aprobada todas las partes, práctica y teórica. -Pruebas objetivas: Respuesta correcta del 60% de las preguntas (50%). -Trabajos y Proyectos: Planteamiento y desarrollo correctos del 60% del contenido (30%). -Desarrollo de casos prácticos: Planteamiento y desarrollo correctos del 60% del contenido (20%).</p>				
Resultados de aprendizaje				
<p>Diseñar modelos de negocio a partir de ideas empresariales, identificando las propuestas de valor, clientes potenciales, esquema de relaciones, mecanismos de distribución, recursos y actividades clave, red de partners, y la ecuación de beneficio. Dominar y aplicar técnicas de estímulo y desarrollo de la creatividad individual y en grupo.</p>				
Idioma en que se imparte la docencia				
Español				

Comentarios adicionales

Denominación de la Asignatura	INNOVACIÓN Y DESCUBRIMIENTO DE CLIENTES.		
Carácter	Obligatoria	Créditos ECTS	6
Módulo al que pertenece (en su caso)			

Duración y ubicación temporal dentro del plan de estudios

Primer cuatrimestre

Competencias y resultados del aprendizaje que el estudiante adquiere

- Competencias de diseño y contraste de modelos de negocio
- Competencias técnicas para desarrollo de procesos de emprendimiento
- Competencias sociales y personales para poner en práctica procesos de emprendimiento

Actividades formativas en créditos ECTS, su metodología de enseñanza-aprendizaje y su relación con las competencias que debe adquirir el estudiante

Actividades formativas	Horas presenciales	Horas de trabajo autónomo	Total Horas	Relación con competencias
Asistencia clases teóricas	20		20	
Asistencia clases prácticas (aula / sala de demostraciones / prácticas laboratorio)	20		20	
Realización de seminarios u otras actividades complementarias	10		10	
Realización de trabajos (individual/grupal)		50	50	
Estudio preparación clases teóricas		10	10	
Estudio preparación clases prácticas		10	10	
Preparación de exámenes		20	20	
Realización de exámenes	5		5	
Asistencia a tutorías	5		5	
Total horas	60	90	150	
		Total ECTS		

Distribución de los créditos entre actividades teóricas y prácticas

Teóricas: 3 | Prácticas: 3

Breve descripción de los contenidos

Actitud de Diseño de Modelos de Negocio; Patrones; Océanos Azules; Prototipado.
 Descubrimiento de clientes: Hipótesis, Confirmar problema, Confirmar la solución, Validar modelo.
 Inspiración para emprender: identificación de fuentes de iniciativas emprendedoras (insights).
 Entorno del modelo de negocio
 Creatividad

Criterios de evaluación de la adquisición de las competencias y ponderación de calificaciones

Asistencia a un mínimo del 80% de las clases. Pruebas objetivas: parte teórica y parte práctica. La parte práctica se considera superada con la realización satisfactoria de los trabajos y casos prácticos.
 Para aprobar la asignatura es necesario tener aprobada todas las partes, práctica y teórica.
 -Pruebas objetivas: Respuesta correcta del 60% de las preguntas (50%).
 -Trabajos y Proyectos: Planteamiento y desarrollo correctos del 60% del contenido (30%).
 -Desarrollo de casos prácticos: Planteamiento y desarrollo correctos del 60% del contenido (20%).

Resultados de aprendizaje

Diseñar modelos de negocio a partir de ideas empresariales, identificando las propuestas de valor, clientes potenciales, esquema de relaciones, mecanismos de distribución, recursos y actividades clave, red de partners, y la ecuación de beneficio. Identificar los principales patrones de modelos de negocio existentes en el entorno competitivo actual y desarrollar procesos innovadores para adaptarlos a diversos contextos
 Dominar y aplicar técnicas de estímulo y desarrollo de la creatividad individual y en grupo.
 Desarrollar y aplicar pensamiento de carácter estratégico

Idioma en que se imparte la docencia

Español

Comentarios adicionales

--

Denominación de la Asignatura		VALIDACIÓN DE CLIENTES		
Carácter	Obligatoria	Créditos ECTS	6	
Módulo al que pertenece (en su caso)				
Duración y ubicación temporal dentro del plan de estudios				
Segundo cuatrimestre				
Competencias y resultados del aprendizaje que el estudiante adquiere				
<ul style="list-style-type: none"> -Competencias de diseño y contraste de modelos de negocio -Competencias técnicas para desarrollo de procesos de emprendimiento -Competencias sociales y personales para poner en práctica procesos de emprendimiento 				
Actividades formativas en créditos ECTS, su metodología de enseñanza-aprendizaje y su relación con las competencias que debe adquirir el estudiante				
Actividades formativas	Horas presenciales	Horas de trabajo autónomo	Total Horas	Relación con competencias
Asistencia clases teóricas	20		20	
Asistencia clases prácticas (aula / sala de demostraciones / prácticas laboratorio)	20		20	
Realización de seminarios u otras actividades complementarias	10		10	
Realización de trabajos (individual/grupal)		50	50	
Estudio preparación clases teóricas		10	10	
Estudio preparación clases prácticas		10	10	
Preparación de exámenes		20	20	
Realización de exámenes	5		5	
Asistencia a tutorías	5		5	
Total horas	60	90	150	
		Total ECTS		
Distribución de los créditos entre actividades teóricas y prácticas				
Teóricas: 3		Prácticas: 3		
Breve descripción de los contenidos				
Validación de clientes: Prepararse para vender, Salir a vender, Desarrollar el posicionamiento. La ecuación de beneficio del modelo de negocio: La cuenta inversa Marketing en tiempo de redes y colaboración. Ética empresarial. Emprendimiento social Coraje y voluntad de superar barreras. Autogestión. Trabajo en equipo.				
Criterios de evaluación de la adquisición de las competencias y ponderación de calificaciones				
Asistencia a un mínimo del 80% de las clases. Pruebas objetivas: parte teórica y parte práctica. La parte práctica se considera superada con la realización satisfactoria de los trabajos y casos prácticos. Para aprobar la asignatura es necesario tener aprobada todas las partes, práctica y teórica. -Pruebas objetivas: Respuesta correcta del 60% de las preguntas (50%). -Trabajos y Proyectos: Planteamiento y desarrollo correctos del 60% del contenido (30%). -Desarrollo de casos prácticos: Planteamiento y desarrollo correctos del 60% del contenido (20%).				
Resultados de aprendizaje				
Planificar, impulsar y gestionar proyectos, realizando análisis prospectivos y formulando tendencias, dominando para ello las técnicas adecuadas. Dominar y aplicar técnicas de estímulo y desarrollo de la creatividad individual y en grupo. Desarrollar y aplicar pensamiento de carácter estratégico				
Idioma en que se imparte la docencia				
Español				
Comentarios adicionales				

Denominación de la Asignatura		CREACIÓN Y ESCALABILIDAD DEL PROYECTO		
Carácter	Obligatoria	Créditos ECTS	6	
Módulo al que pertenece (en su caso)				
Duración y ubicación temporal dentro del plan de estudios				
Segundo cuatrimestre				
Competencias y resultados del aprendizaje que el estudiante adquiere				
<ul style="list-style-type: none"> -Competencias de diseño y contraste de modelos de negocio -Competencias técnicas para desarrollo de procesos de emprendimiento -Competencias sociales y personales para poner en práctica procesos de emprendimiento 				
Actividades formativas en créditos ECTS, su metodología de enseñanza-aprendizaje y su relación con las competencias que debe adquirir el estudiante				
Actividades formativas	Horas presenciales	Horas de trabajo autónomo	Total Horas	Relación con competencias
Asistencia clases teóricas	20		20	
Asistencia clases prácticas (aula / sala de demostraciones / prácticas laboratorio)	20		20	
Realización de seminarios u otras actividades complementarias	10		10	
Realización de trabajos (individual/grupal)		50	50	
Estudio preparación clases teóricas		10	10	
Estudio preparación clases prácticas		10	10	
Preparación de exámenes		20	20	
Realización de exámenes	5		5	
Asistencia a tutorías	5		5	
Total horas	60	90	150	
		Total ECTS		
Distribución de los créditos entre actividades teóricas y prácticas				
Teóricas: 3		Prácticas: 3		
Breve descripción de los contenidos				
<p>Plan de negocio Creación de empresas: aspectos jurídicos y organizativos. Iniciación a la internacionalización. Negociación Habilidades comunicativas</p>				
Criterios de evaluación de la adquisición de las competencias y ponderación de calificaciones				
<p>Asistencia a un mínimo del 80% de las clases. Pruebas objetivas: parte teórica y parte práctica. La parte práctica se considera superada con la realización satisfactoria de los trabajos y casos prácticos. Para aprobar la asignatura es necesario tener aprobada todas las partes, práctica y teórica. -Pruebas objetivas: Respuesta correcta del 60% de las preguntas (50%). -Trabajos y Proyectos: Planteamiento y desarrollo correctos del 60% del contenido (30%). -Desarrollo de casos prácticos: Planteamiento y desarrollo correctos del 60% del contenido (20%).</p>				
Resultados de aprendizaje				
<p>Planificar, impulsar y gestionar proyectos, realizando análisis prospectivos y formulando tendencias, dominando para ello las técnicas adecuadas. Desarrollar procesos de internacionalización empresarial, conociendo las herramientas de planificación y apoyo existentes. Dominar y aplicar técnicas de estímulo y desarrollo de la creatividad individual y en grupo. Desarrollar y aplicar pensamiento de carácter estratégico</p>				
Idioma en que se imparte la docencia				
Español				

Comentarios adicionales

Denominación de la Asignatura	TRABAJO FIN DE TITULACIÓN			
Carácter	Obligatoria	Créditos ECTS	6	
Módulo al que pertenece (en su caso)				
Duración y ubicación temporal dentro del plan de estudios				
Primer y Segundo cuatrimestre				
Competencias y resultados del aprendizaje que el estudiante adquiere				
-Competencias de diseño y contraste de modelos de negocio -Competencias técnicas para desarrollo de procesos de emprendimiento -Competencias sociales y personales para poner en práctica procesos de emprendimiento				
Actividades formativas en créditos ECTS, su metodología de enseñanza-aprendizaje y su relación con las competencias que debe adquirir el estudiante				
Actividades formativas	Horas presenciales	Horas de trabajo autónomo	Total Horas	Relación con competencias
Asistencia clases teóricas				
Asistencia clases prácticas (aula / sala de demostraciones / prácticas laboratorio)				
Realización de seminarios u otras actividades complementarias				
Realización de trabajos (individual/grupal)		70	70	
Estudio preparación clases teóricas				
Estudio preparación clases prácticas				
Preparación de exámenes		20	20	
Realización de exámenes	10		10	
Asistencia a tutorías	50		50	
Total horas	60	90	150	
		Total ECTS		
Distribución de los créditos entre actividades teóricas y prácticas				
Teóricas: 0		Prácticas: 6		
Breve descripción de los contenidos				
Desarrollo por parte del alumno a lo largo del grado de una metodología para el emprendimiento aplicada a un proyecto empresarial propio o en equipo.				
Criterios de evaluación de la adquisición de las competencias y ponderación de calificaciones				
Asistencia a un mínimo del 80% de las clases. Se evaluarán y calificarán los siguientes aspectos: <ul style="list-style-type: none"> ● Viabilidad técnica del proyecto – 30 % ● Viabilidad económica del proyecto – 30 % ● Grado de Innovación – 20 % ● Presentación del proyecto – 20 % 				
Resultados de aprendizaje				
1. Diseñar modelos de negocio a partir de ideas empresariales, identificando las propuestas de valor, clientes potenciales, esquema de relaciones, mecanismos de distribución, recursos y actividades clave, red de partners, y la ecuación de beneficio. 2. Identificar los principales patrones de modelos de negocio existentes en el entorno competitivo actual y desarrollar procesos innovadores para adaptarlos a diversos contextos 3. Planificar, impulsar y gestionar proyectos, realizando análisis prospectivos y formulando tendencias, dominando para ello las técnicas adecuadas. 4. Desarrollar procesos de internacionalización empresarial, conociendo las herramientas de planificación y apoyo existentes. 5. Dominar y aplicar técnicas de estímulo y desarrollo de la creatividad individual y en grupo. 6. Desarrollar y aplicar pensamiento de carácter estratégico				

Idioma en que se imparte la docencia
Español
Comentarios adicionales

CONVOCATORIA DE EXÁMENES:

El programa se plantea con un esquema de evaluación continua según lo indicado para cada asignatura. En cualquier caso, se prevé una convocatoria de exámenes en junio.

6.- PERSONAL ACADÉMICO

6.1.- ACEPTACIÓN DE LA DOCENCIA POR PARTE DEL PROFESORADO* (según el art. 21.5 del Reglamento de los Estudios conducentes a la obtención de Títulos Propios de la Universidad de La Laguna).

Nombre y apellidos	DNI	Titulación	Vinculación ULL	Categoría*	Firma
Alicia Correa Rodríguez	45447773A	LICENCIADA		Titular de Universidad	
Carmen Inés Ruiz de La Rosa	43778202 W	LICENCIADA		Contratado Doctor	
Desiderio Gutiérrez Taño	42161652F	LICENCIADO		Ayudante Doctor	
Eduardo Parra López	45452045C	LICENCIADO		Titular de Universidad	
Estefanía Hernández Fernaud	43779344V	LICENCIADA		Titular de Universidad	
Fernando Saénz Marrero	42010170A	LICENCIADO	NO		
Francisco J. García Rodríguez	42176540Z	LICENCIADO		Contratado Doctor	
Jacques Bulchand Guidumal	42848116J	LICENCIADO	NO		
José Antonio Ramos Arteaga	43776926 Z	LICENCIADO		Contratado Doctor	
Pedro Martín Palmero	43622866P	LICENCIADO	NO		
Ricardo J. Díaz Armas	45439867D	LICENCIADO		Titular de Universidad	
Rosa M. Batista Canino	42842337F	LICENCIADA	NO		
Rosa Elvira González Pérez	42073598C	LICENCIADA	NO		

*En caso afirmativo, indicar categoría profesional.

6.2.- VINCULACIÓN PORCENTUAL DEL PROFESORADO A LA ULL	
% PROFESORADO ULL	62%

6.3.- DISTRIBUCIÓN DE HORAS DE TRABAJO DOCENTE Y RETRIBUCIONES POR ASIGNATURA Y PROFESOR*

ASIGNATURA	NOMBRE Y APELLIDOS	A1. DOCENCIA		B1. TUTORÍAS (€/HORA)		C1.EVALUACIÓN (€/HORA)		D1. TRABAJO FINAL (€/HORA)		TOTALES	
		HORAS	70	HORAS	60	HORAS	60	HORAS	€	HORAS	€
Proceso de emprendimiento	Francisco J. García Rodríguez	3	210							3	210
	Desiderio	12	840							12	840

escalabilidad de la empresa	Canino										
	Alicia Correa Rodríguez	6	420						6	420	
	Desiderio Gutiérrez Taño	6	420						6	420	
	Pedro Martín Palmero	6	420	12	720				18	1140	
	Jacques Bulchand Guidumal	3	210						3	210	
	Estefanía Hernández Fernaud	3	210						3	210	
	Carmen Inés Ruiz de la Rosa	9	630			3	180		12	810	
	José Antonio Ramos Arteaga	6	420						6	420	
Trabajo Fin de Titulación	Carmen Inés Ruiz de la Rosa					4	240	8	412	12	652
	Desiderio Gutiérrez Taño			12	720	4	240	8	412	24	1372
	Pedro Martín Palmero			12	720	4	240	8	412	24	1372
TOTAL	189	13230	63	3780	24	1440	24	1236	300	19686	

Dirección académica: 60 horas

6.4.- COMISIÓN ACADÉMICA	
Apellidos, nombre	Vinculación con el título propio
Francisco J. García Rodríguez	Profesor
Desiderio Gutiérrez Taño,	Director
Carmen Inés Ruiz de La Rosa	Profesora
Decana de la Facultad de Economía, Empresa y Turismo	Centro Adscripción

6.5.- COMISIÓN DE SEGUIMIENTO*	
Apellidos, nombre	Vinculación con el título propio
Vicerrector/a	Competente en materia de Títulos Propios
Francisco J. García Rodríguez	Profesor
Desiderio Gutiérrez Taño,	Director

Carmen Inés Ruiz de La Rosa	Profesora
Alumno/a	Alumno/a

6.6.- PERSONAL ADMINISTRATIVO		
Se contempla contar con personal administrativo:	<input type="checkbox"/> SÍ	<input checked="" type="checkbox"/> NO
Razones de esta necesidad:		
Tareas que desempeñan:		

7. RECURSOS MATERIALES Y SERVICIOS

7.1.- MEDIOS MATERIALES Y SERVICIOS DISPONIBLES:

<p>Aulas y espacios de trabajo: La docencia principal del título se desarrollará en el AULA 3.0 de la Facultad de Economía, Empresa y Turismo dotada de ordenador, videoprojector y acceso a internet.</p>
<p>Laboratorios, talleres y espacios experimentales: La Facultad de Economía, Empresa y Turismo, se encuentra integrada dentro del Sistema de Integración de Gestión de Aulas (SIGA) de la ULL, lo cual permite a los alumnos acceder a sus ficheros desde cualquier ordenador situado dentro de la ULL a través de su cuenta personal.</p>
<p>Biblioteca: La Biblioteca de Económicas-Empresariales está ubicada en el edificio que alberga a la Facultad de Economía, Empresa y Turismo. Ocupa una superficie de 1.800 m2 distribuidos en dos plantas y tiene 696 puestos de lectura</p>
<p>Recursos informáticos: El Centro dispone de tres aulas de informática y una para conexión inalámbrica a Internet dedicadas de manera coordinada a la actividad docente y acceso libre de usuarios. Cada una de estas aulas cuenta con una impresora conectada en red, para que cada alumno debidamente identificado, pueda imprimir lo que desee limitado a una cuota asignada, de manera mensual. Así mismo la EUCE tiene a disposición de todo el personal universitario, una conexión WIFI, a través de la cual se podrán conectar a Internet con su correspondiente identificación universitaria (NIU y clave de servicio) a través del Servidor SIGA.</p>
<p>Medios materiales contemplados en el Convenio:</p>

7.2.- INDICAR UNA PREVISIÓN POR LA ADQUISICIÓN DE DICHOS RECURSOS SI EN EL MOMENTO DE LA PROPUESTA NO SE DISPONEN DE LOS MISMOS:

8. CONVENIOS CON INSTITUCIONES PÚBLICAS O PRIVADAS

8.1.- ENTIDADES FIRMANTES Y VIGENCIA:

Se plantea la posibilidad de establecer una modalidad de matrícula subvencionada, con cargo a posibles colaboraciones financieras externas, para determinados/as alumnos/as que, cumpliendo los requisitos generales de acceso, justifiquen limitaciones económicas para hacer frente al pago de las tasas generales de matrícula.

Este planteamiento sólo se desarrollará si alguna empresa finalmente concreta su colaboración (No hay ningún convenio firmado para el curso 2017-18).

9. SISTEMA DE GARANTÍA DE CALIDAD***9. SISTEMA DE GARANTÍA INTERNA DE CALIDAD**

El artículo 23 del Reglamento de Estudios Propios de Posgrado de la Universidad de La Laguna aprobado en Consejo de Gobierno el 22 de Mayo de 2013, establece que:

1. Las memorias de solicitud de títulos propios de posgrado incluirán un Sistema de Garantía Interna de Calidad (SGIC), que deberá contemplar los siguientes procedimientos: evaluación y mejora de la calidad de la enseñanza y el profesorado, garantía de calidad de las prácticas externas, análisis de la inserción laboral de los titulados y satisfacción con la formación recibida, análisis de satisfacción de los colectivos implicados y de atención a las reclamaciones, quejas y sugerencias, y criterios de extinción de la titulación. Este SGIC deberá desarrollarse durante la implantación de la titulación.
2. Los títulos propios de posgrado serán sometidos a seguimiento y evaluación, a efectos de determinar si se están desarrollando conforme se ha establecido en la memoria de solicitud. A partir de los resultados de la evaluación se decidirá si el título es susceptible de reeditarse, o se procede a su extinción.
3. El vicerrectorado competente en calidad y evaluación proporcionará el protocolo a seguir para el seguimiento y la evaluación, que estará al menos constituido por un catálogo de información pública y el autoinforme de los responsables de la titulación. El vicerrectorado con competencias en calidad asesorará a los responsables de la titulación en el proceso de diseño, seguimiento y evaluación del SGIC del título. Asimismo, informará sobre la evaluación del título y remitirá al órgano correspondiente al objeto de su reedición el informe pertinente.
4. El Centro al que se adscribe la titulación podrá amparar el título en el SGIC del Centro, integrando a los responsables en sus estructuras.

Para el cumplimiento de este artículo, durante la implantación del título nombrarán los responsables del SGIC y la estructura organizativa para el desarrollo del SGIC del Título y se desarrollarán los siguientes procedimientos:

1. Procedimientos de evaluación y mejora de la calidad de la enseñanza y el profesorado

- 1.1 Procedimiento para la garantía de calidad del programa formativo
- 1.2. Procedimiento para la evaluación de la actividad docente del profesorado

2. Procedimiento para garantizar la calidad de las prácticas externas integradas en el plan de estudios**3. Procedimiento de análisis de la inserción laboral de los graduados y de la satisfacción con la formación recibida****4. Procedimiento para el análisis de la satisfacción de los distintos colectivos implicados (estudiantes, personal académico y de administración y servicios, etc.) y de atención a las sugerencias y reclamaciones. Criterios específicos en el caso de extinción del título**

- 4.1. Procedimiento para la medición y análisis de resultados
- 4.2. Procedimiento para el análisis de la satisfacción de los distintos colectivos implicados
- 4.3. Procedimiento para la gestión y revisión de incidencias, reclamaciones y sugerencias
- 4.4. Procedimiento para la información pública
- 4.5. Procedimiento y criterios de extinción de la titulación

Todos estos procedimientos así como los responsables y la estructura organizativa del SGIC podrán consultarse en la web del TTPP, en el apartado de SGIC.

10. VIABILIDAD ECONÓMICA Y FINANCIERA DEL TÍTULO

En el cuadro se recoge el presupuesto estimado para el presente título propio. Como se observa, los ingresos estimados coinciden con los gastos, ascendiendo ambos a 47.400 euros.

Los ingresos previstos por tasas de matrícula son de 41.400 Euros (30 alumnos/as a un precio de 46 Euros por crédito). Además está previsto confirmar diversos acuerdos de colaboración de patrocinio con entidades públicas y privadas por un importe de 6.000 Euros, con lo que los ingresos totales previstos serían de 47.400 Euros.

Las principales partidas de gastos para el desarrollo del título son la remuneración al profesorado (19.686 Euros) y el canon de la universidad (15% ULL y 5% Fundación General de la Universidad de La Laguna) que representa 9.480 Euros. Estas partidas junto con otras menores que se muestran en el cuadro conforman el total de gastos de 47.400 Euros.

10.1.- ESTIMACIÓN DE LOS INGRESOS:		
Concepto	Descripción del ingreso	€
310.00	Ingresos por tasas de matrícula	41400
Cap. 4	Convenios	
Cap. 4	Subvenciones	
	Otros ingresos	6.000
Total ingresos		47400

10.2.- ESTIMACIÓN DE GASTOS:		
Concepto	Descripción del gasto	€
200.00	Suministro de material de oficina ordinario no inventariable	3576
219.00	Gastos de reparación, mantenimiento y conservación	
220.00	Canon ULL (15%)	7110
220.00	Edición de ponencias y materiales docentes	
220.02	Suministros de revistas y publicaciones periódicas	
221.09	Otros suministros	
221.12	Suministro de material informático fungible	
222.01	Comunicaciones postales	
224.02	Primas de seguros	120
226.01	Atenciones protocolarias (Máximo: 5% Ingresos)	1500
226.02	Publicidad y propaganda	850
226.06	Dirección académica	6616,20
226.06	Secretaría administrativa (...€ por hora; ... horas)	
226.06	Remuneración profesores	19686
226.06	Desplazamientos profesores visitantes	1120
226.06	Alojamiento	1098
226.06	Manutención	720
226.06	Otros desplazamientos	0
226.09	Otros gastos diversos	1883,8
226.12	Fotocopias	
227.04	Servicio de imprenta	
227.09	Gestión Fundación General ULL (FGULL) (5% Ingresos)	2370
227.11	Servicio de mensajería	
620.00	Suministro de libros	750

623.00	Suministro de máquinas, instalaciones y utillaje	
625.00	Suministro de mobiliario y enseres	
626.00	Suministro de material informático inventariable	
Total gastos		47400

En base a experiencias anteriores se estima una partida de "otros ingresos" como resultado de la aportación de algunas empresas que están implicadas en el desarrollo de este título

11. BECAS

11.1- PREVISIÓN DE BECAS PARA EL ALUMNADO:

Se plantea la posibilidad de establecer una modalidad de matrícula subvencionada, con cargo a posibles colaboraciones financieras externas, para determinados/as alumnos/as que justifiquen situaciones especiales

Este planteamiento sólo se desarrollará si alguna empresa finalmente concreta su colaboración.