

1. DATOS BÁSICOS

Asignatura	Competencias Generales. Liderazgo Emprendedor
Titulación	Grado en Publicidad
Escuela/ Facultad	Ciencias Sociales y de la Comunicación
Curso	Cuarto
ECTS	6
Carácter	Obligatoria
Idioma/s	Español
Modalidad	Presencial / Online
Semestre	S5
Curso académico	2024/2025
Docente coordinador	Dr. Ulpiano J. Vázquez Martínez

2. PRESENTACIÓN

La asignatura “Liderazgo Emprendedor” es una asignatura de carácter obligatorio dentro de la planificación de las enseñanzas del Grado en Publicidad de la Universidad Europea de Madrid. Dicha asignatura forma parte de uno de los ejes rectores tradicionales en el proceso formativo del futuro egresado en Publicidad que adquiere una sólida formación en técnicas de innovación y emprendimiento que le serán de ayuda en su futuro profesional.

En este contexto, tras los conocimientos y competencias adquiridas en torno al estudio de la teoría y la puesta en práctica de la misma, la presente asignatura plantea como objetivo último el manejo de diferentes metodologías de innovación y emprendimiento.

De este modo, a lo largo de la asignatura el estudiante analiza, estudia y pone en práctica a través de numerosas actividades los contenidos teóricos en un proyecto de potencial emprendimiento.

La asignatura “Liderazgo Emprendedor” se concibe de esta forma desde un punto de vista teórico-práctico, lo que sitúa al estudiante de forma privilegiada ante supuestos reales de clientes y mercados, siendo el alumno capaz de resolverlos aplicando los conocimientos y competencias adquiridas.

3. COMPETENCIAS Y RESULTADOS DE APRENDIZAJE

Competencias básicas:

- CB04: Que los estudiantes puedan transmitir información, ideas, problemas y soluciones a un público tanto especializado como no especializado.
- CB05: Que los estudiantes hayan desarrollado aquellas habilidades de aprendizaje necesarias para emprender estudios posteriores con un alto grado de autonomía.

Competencias transversales:

- CT02: Autoconfianza: Capacidad para valorar nuestros propios resultados, rendimiento y capacidades con la convicción interna de que somos capaces de hacer las cosas y los retos que se nos plantean.
- CT06: Comunicación oral/ comunicación escrita: capacidad para transmitir y recibir datos, ideas, opiniones y actitudes para lograr comprensión y acción, siendo oral la que se realiza mediante palabras y gestos y, escrita, mediante la escritura y/o los apoyos gráficos.
- CT09: Habilidades en las relaciones interpersonales: Capacidad de relacionarse positivamente con otras personas por medios verbales y no verbales, a través de la comunicación asertiva, entendiéndose por ésta, la capacidad para expresar o transmitir lo que se quiere, lo que se piensa o se siente sin incomodar, agredir o herir los sentimientos de la otra persona.
- CT12: Razonamiento crítico: Capacidad para analizar una idea, fenómeno o situación desde diferentes perspectivas y asumir ante él/ella un enfoque propio y personal, construido desde el rigor y la objetividad argumentada, y no desde la intuición.
- CT13: Resolución de problemas: Capacidad de encontrar solución a una cuestión confusa o a una situación complicada sin solución predefinida, que dificulte la consecución de un fin.
- CT14: Innovación-Creatividad: Capacidad para proponer y elaborar soluciones nuevas y originales que añaden valor a problemas planteados, incluso de ámbitos diferentes al propio del problema.
- CT15: Responsabilidad: Capacidad para cumplir los compromisos que alcanza la persona consigo mismo y con los demás a la hora de realizar una tarea y tratar de alcanzar un conjunto de objetivos dentro del proceso de aprendizaje. Capacidad existente en todo sujeto para reconocer y aceptar las consecuencias de un hecho realizado libremente.
- CT16: Toma de decisiones: Capacidad para realizar una elección entre las alternativas o formas existentes para resolver eficazmente diferentes situaciones o problemas.
- CT17: Trabajo en equipo: Capacidad para integrarse y colaborar de forma activa con otras personas, áreas y/u organizaciones para la consecución de objetivos comunes.

Competencias específicas:

- CE06: Facultad de aplicar los conceptos de comunicación necesarios para generar mensajes efectivos, utilizando los canales adecuados y adaptándose al público objetivo.
- CE08: Capacidad para analizar los argumentos contenidos en los briefings y transformarlos en acciones de marketing
- CE10: Capacidad para aplicar las técnicas que permitan liderar y dinamizar las sesiones creativas, dirigiéndolas hacia el diseño de acciones que sean respetuosas con los valores democráticos.
- CE16: Habilidad para diseñar y aplicar las estrategias corporativas y competitivas de la empresa a las acciones de marketing.
- CE17: Capacidad para organizar el trabajo de forma que se cumplan los hitos establecidos, estimando correctamente los tiempos de desarrollo de las acciones propuestas en el plan de marketing.
- CE22: Ser riguroso en la justificación de las propuestas de marketing, basándose en datos objetivos y evitando la subjetividad y el sesgo.

Resultados de aprendizaje:

Al terminar la asignatura, el alumno:

- Dispondrá del conocimiento básico que capacitará al alumno liderar de forma eficiente la creación de nuevas empresas y grupos autogestionados. Los alumnos estarán preparados para trabajar en un mundo globalizado y multilingüe, contribuyendo así a la sociedad del conocimiento cuya clave de competitividad sea la innovación.
- Sabrá reflexionar sobre las bases pragmáticas y experienciales de liderazgo y el emprendimiento consciente. Dotar a los líderes y emprendedores actuales de las capacidades necesarias que les permitan afrontar los nuevos retos de mercados cada vez más exigentes.
- Entenderá que la excelencia en el liderazgo y en el emprendimiento es necesaria debido a las condiciones cada vez más exigentes de los mercados, y es lo que va a determinar la supervivencia de las organizaciones en momentos de crisis.

En la tabla inferior se muestra la relación entre las competencias que se desarrollan en la asignatura y los resultados de aprendizaje que se persiguen:

Competencias	Resultados de aprendizaje
CB04, CB05, CT02, CT06, CTO9, CT12, CT15, CT17, CT19, CE06, CE08, CE16, CE17, CE22	RA1 Dispondrá del conocimiento básico que capacitará al alumno liderar de forma eficiente la creación de nuevas empresas y grupos autogestionados. Los alumnos estarán preparados para trabajar en un mundo globalizado y multilingüe, contribuyendo así a la sociedad del conocimiento cuya clave de competitividad sea la innovación.
CB05, CT14, CT15, CT16, CT19, CE08, CE10, CE16, CE17, CE22	RA2 Sabrá reflexionar sobre las bases pragmáticas y experienciales de liderazgo y el emprendimiento consciente. Dotar a los líderes y emprendedores actuales de las capacidades necesarias que les permitan afrontar los nuevos retos de mercados cada vez más exigentes.
CB05, CT15, CT17, CT19, CE06, CE08, CE10, CE17, CE22	RA3 Entenderá que la excelencia en el liderazgo y en el emprendimiento es necesaria debido a las condiciones cada vez más exigentes de los mercados, y es lo que va a determinar la supervivencia de las organizaciones en momentos de crisis.

4. CONTENIDOS

Metodología eficiente del emprendedor: modelo de aplicación práctico. Generación de ideas de negocio basadas en la innovación. Bases conceptuales y experienciales del aprendizaje en equipo. Liderar en equipo. Emprender en equipo. Habilidades directivas y de emprendimiento.

5. METODOLOGÍAS DE ENSEÑANZA-APRENDIZAJE

MODALIDAD PRESENCIAL

1. Aprendizaje Basado en proyectos
2. Aprendizaje cooperativo
3. Clases magistrales
4. Aprendizaje basado en el pensamiento
5. Auto aprendizaje
6. Learning by doing
7. Microlearning
8. Aprendizaje basado en problemas

MODALIDAD ONLINE

1. Método del Caso

2. Aprendizaje cooperativo
3. Clases magistrales mediante seminario virtual
4. Aprendizaje Basado en proyectos

6. ACTIVIDADES FORMATIVAS

A continuación, se identifican los tipos de actividades formativas que se realizarán y la dedicación en horas del estudiante a cada una de ellas:

Modalidad presencial:

Actividad formativa	Número de horas
Tutorías grupales	10
Lecciones magistrales	30
Lecciones magistrales asíncronas	10
Trabajo autónomo	35
Exposiciones orales	10
Análisis de casos y resolución de problemas	20
Elaboración de informes y escritos	20
Pruebas de conocimiento	5
TOTAL	150 h

Modalidad online:

Actividad formativa	Número de horas
Seminario virtual.	10h
Lectura de temas y consulta de recursos complementarios.	25h
Actividades de aplicación individuales: problemas, casos, proyectos.	30h
Actividades de aplicación colaborativas.	20h
Tutorías.	20h
Cuestionarios de autoevaluación y pruebas de conocimiento presenciales.	5h
Trabajo autónomo.	40h
TOTAL	150 h

7. EVALUACIÓN

A continuación, se relacionan los sistemas de evaluación, así como su peso sobre la calificación total de la asignatura:

Modalidad presencial:

Sistema de evaluación	Peso
Asistencia regular a las clases	20%
Participación activa en las clases	20%
Calidad de los ejercicios presentados y entregados.	20%
Defensa final (Viabilidad real del proyecto)	10%
Defensa final (Ajuste a los tiempos de la presentación)	10%
Defensa final (Contenidos, diseños y calidad de la presentación)	10%
Defensa final (Intervención en la presentación)	10%

Modalidad online:

Sistema de evaluación	Peso
Pruebas de conocimiento	40%
Análisis de casos y resolución de problemas	20%
Proyectos, informes y escritos	30%
Exposiciones orales	10%

En el Campus Virtual, cuando accedas a la asignatura, podrás consultar en detalle las actividades de evaluación que debes realizar, así como las fechas de entrega y los procedimientos de evaluación de cada una de ellas.

7.1. Convocatoria ordinaria

Para superar la asignatura en convocatoria ordinaria deberás obtener una calificación mayor o igual que 5,0 sobre 10,0 en la calificación final (media ponderada) de la asignatura.

En todo caso, será necesario que obtengas una **calificación mayor o igual que 4,0 en la prueba final**, para que la misma pueda hacer media con el resto de las actividades.

7.2. Convocatoria extraordinaria

Para superar la asignatura en convocatoria ordinaria deberás obtener una calificación mayor o igual que 5,0 sobre 10,0 en la calificación final (media ponderada) de la asignatura.

En todo caso, será necesario que obtengas una **calificación mayor o igual que 5,0 en la prueba final**, para que la misma pueda hacer media con el resto de las actividades.

Se deben entregar las actividades no superadas en convocatoria ordinaria, tras haber recibido las correcciones correspondientes a las mismas por parte del docente, o bien aquellas que no fueron

entregadas.

8. CRONOGRAMA

En este apartado se indica el cronograma con fechas de entrega de actividades evaluables de la asignatura:

Actividades evaluables	Fecha
Actividades Innovación y Generación de ideas de negocio (Brainstorming, Mind Map y SCAMPER)	Semana 1-4
Actividades Cliente	Semana 5-7
Actividades Qué podemos hacer por nuestro cliente	Semana 8-10
Actividades Cómo adquiere el cliente nuestro producto	Semana 11-12
Actividades Cómo monetizamos	Semana 13-14
Actividades Diseño y Construcción del producto	Semana 15-16
Actividades Escalabilidad y Modelo de negocio	Semana 17
Defensa del Proyecto Final	Semana 18

Este cronograma podrá sufrir modificaciones por razones logísticas de las actividades. Cualquier modificación será notificada al estudiante en tiempo y forma.

9. BIBLIOGRAFÍA

La obra de referencia para el seguimiento de la asignatura es:

- Aulet, B. (2013). *Disciplined entrepreneurship: 24 steps to a successful startup*. John Wiley & Sons.

A continuación, se indica bibliografía recomendada:

- Aulet, B. (2017). *Disciplined entrepreneurship workbook*. John Wiley & Sons.
- Maurya, A. (2012). *Lean canvas*. Deutso:(sd).
- Serrat, O. (2017). The SCAMPER technique. In *Knowledge Solutions* (pp. 311-314). Springer, Singapore.
- Rawlinson, J. G. (2017). *Creative thinking and brainstorming*. Routledge.
- Buzan, T., & Buzan, B. (2006). *The mind map book*. Pearson Education.
- Denning, P. J., & Dew, N. (2012). The myth of the elevator pitch. *Communications of the ACM*, 55(6), 38-40.
- Belbin, R. M. (2010). *Management teams*. Routledge.

10. UNIDAD DE ATENCIÓN A LA DIVERSIDAD

Estudiantes con necesidades específicas de apoyo educativo:

Las adaptaciones o ajustes curriculares para estudiantes con necesidades específicas de apoyo educativo, a fin de garantizar la equidad de oportunidades, serán pautadas por la Unidad de Atención a la Diversidad

(UAD).

Será requisito imprescindible la emisión de un informe de adaptaciones/ajustes curriculares por parte de dicha Unidad, por lo que los estudiantes con necesidades específicas de apoyo educativo deberán contactar a través de: unidad.diversidad@universidadeuropea.es al comienzo de cada semestre.

11. ENCUESTAS DE SATISFACCIÓN

¡Tú opinión importa!

La Universidad Europea te anima a participar en las encuestas de satisfacción para detectar puntos fuertes y áreas de mejora sobre el profesorado, la titulación y el proceso de enseñanza-aprendizaje.

Las encuestas estarán disponibles en el espacio de encuestas de tu campus virtual o a través de tu correo electrónico.

Tu valoración es necesaria para mejorar la calidad de la titulación.

Muchas gracias por tu participación.

PLAN DE TRABAJO DE LA ASIGNATURA

CÓMO COMUNICARTE CON TU DOCENTE

Cuando tengas una duda sobre los contenidos o actividades, no olvides escribirla en los foros de tu asignatura para que todos tus compañeros y compañeras puedan leerla.

¡Es posible que alguien tenga tu misma duda!

Si tienes alguna consulta exclusivamente dirigida al docente puedes enviarle un mensaje privado desde el Campus Virtual. Además, en caso de que necesites profundizar en algún tema, puedes acordar una tutoría.

Es conveniente que leas con regularidad los mensajes enviados por estudiantes y docentes, pues constituyen una vía más de aprendizaje.

CRONOGRAMA DE ACTIVIDADES

En este apartado se indica el cronograma de actividades formativas, así como las fechas de entrega de las actividades evaluables de la asignatura:

Semana	Contenidos	Actividades formativas/evaluables	Peso en la evaluación de la actividad evaluable
Semana 1-4	Actividades Innovación y Generación de ideas de negocio (Brainstorming, Mind Map y SCAMPER)	Entrega y presentación de contenidos.	5%
Semana 5-7	Actividades Cliente	Entrega y presentación de contenidos.	10%
Semana 8-10	Actividades Qué podemos hacer por nuestro cliente	Entrega y presentación de contenidos.	10%
Semana 11-12	Actividades Cómo adquiere el cliente nuestro producto	Entrega y presentación de contenidos.	10%

Semana 13-14	Actividades Cómo monetizamos	Entrega y presentación de contenidos.	10%
Semana 15-16	Actividades Diseño y Construcción del producto	Entrega y presentación de contenidos.	10%
Semana 17	Actividades Escalabilidad y Modelo de negocio	Entrega y presentación de contenidos.	5%
Semana 18	Defensa del Proyecto Final	Entrega y presentación de contenidos.	40%

Este cronograma podrá sufrir modificaciones que serán notificadas al estudiante en tiempo y forma.

DESCRIPCIÓN DE LAS ACTIVIDADES DE EVALUACIÓN

Actividad 1. Innovación y Generación de ideas de negocio.

Realización y presentación de las siguientes técnicas: un Brainstorming, tres Mind Map y tres SCAMPER.

Actividad 2. Cliente.

Realización y presentación de los siguientes pasos MIT: Segmentación, Beachhead, Perfil del End User, TAM, Buyer Persona y Siguiendo 10 clientes.

Actividad 3. Qué podemos hacer por nuestro cliente.

Realización y presentación de los siguientes pasos MIT: Caso de Uso Completo, Alta Especificación del Producto, Cuantificación de la Propuesta de Valor, Definición del Núcleo y Chart de Competencia.

Actividad 4. Cómo adquiere el cliente nuestro producto.

Realización y presentación de los siguientes pasos MIT: DMU, Adquisición de un Cliente que Paga, Mapeo del Proceso de Ventas.

Actividad 5. Cómo monetizamos.

Realización y presentación de los siguientes pasos MIT: Modelo de Negocio, Marco de Precios, Life Time Value y Cost of Customer Acquisition,

Actividad 6. Diseño y Construcción del producto.

Realización y presentación de los siguientes pasos MIT: Asunciones Clave, Prueba de Asunciones Clave, Producto Mínimo Viable, KPI's de venta y de viralización.

Actividad 7. Escalabilidad y Modelo de negocio.

Realización y presentación de los siguientes pasos MIT: TAM para los mercados adyacentes, Plan de producto y Lean Canvas Model.

Actividad 8. Defensa del Proyecto Final.

Realización, presentación y defensa simulada delante de un potencial inversor para el proyecto.

RÚBRICAS DE LAS ACTIVIDADES EVALUABLES

Asistencia del alumno a las sesiones formativas.
Participación del alumno en las sesiones formativas.
Calidad de los ejercicios presentados en las sesiones.
Presentaciones y defensas de los ejercicios en tiempo, calidad, forma y fondo.

REGLAMENTO PLAGIO

Atendiendo al Reglamento disciplinario de los estudiantes de la Universidad Europea:

- El plagio, en todo o en parte, de obras intelectuales de cualquier tipo se considera falta muy grave.

- Las faltas muy graves relativas a plagios y al uso de medios fraudulentos para superar las pruebas de evaluación, tendrán como consecuencia la pérdida de la convocatoria correspondiente, así como el reflejo de la falta y su motivo, en el expediente académico.

REGLAMENTO USO DE IA

El estudiante debe ser el autor o autora de sus trabajos/actividades.

El uso de herramientas de Inteligencia Artificial (IA) debe ser autorizado por el docente en cada trabajo/actividad, indicando de qué manera está permitido su uso. El docente informará previamente en qué situaciones se podrá usar herramientas de IA para mejorar la ortografía, gramática y edición en general. El estudiante es responsable de precisar la información dada por la herramienta y declarar debidamente el uso de cualquier herramienta de IA, en función de las directrices que marque el docente. La decisión final sobre la autoría del trabajo y la idoneidad del uso reportado de una herramienta de IA recae en el docente y en los responsables de la titulación.