

1. DATOS BÁSICOS

Asignatura	Liderazgo Emprendedor
Titulación	Grado en Marketing
Escuela/ Facultad	Ciencias Sociales y de la Comunicación
Curso	Tercero
ECTS	6 ECTS
Carácter	Obligatorio
Idioma/s	Castellano
Modalidad	Presencial / Online
Semestre	S5
Curso académico	2019/2020
Docente coordinador	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 Marketing 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 Marketing 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, CT09, 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

La materia está organizada en ocho unidades de aprendizaje, las cuales, a su vez, están divididas en temas:

Unidad 1. Innovación y Generación de ideas de negocio

- 1.1. ¿Cómo se generan las ideas?
- 1.2. Brainstorming.
- 1.3. Mind map.
- 1.4. SCAMPER.

Unidad 2. ¿Quién es nuestro cliente?

- 2.1. Segmentación de mercados.
- 2.2. Beachhead market.
- 2.3. Perfil del End User.
- 2.4. TAM del Beachhead.
- 2.5. Perfil del Persona.
- 2.6. Identificar los siguientes 10 clientes.

Unidad 3. ¿Qué podemos hacer por nuestro cliente?

- 3.1. Caso completo del uso de vida del producto.
- 3.2. Especificación del producto.
- 3.3. Cuantificación de la propuesta de valor.
- 3.4. Definir nuestro núcleo.
- 3.5. Definir nuestra posición competitiva.

Unidad 4. ¿Cómo adquiere el cliente nuestro producto?

- 4.1. Determinar la Unidad de decisión del Cliente DMU.
- 4.2. Mapear el proceso de adquisición de un cliente que paga.
- 4.3. Mapear el proceso de ventas para adquirir un cliente.

Unidad 5. ¿Cómo obtenemos dinero con nuestro producto?

- 5.1. Diseño del modelo de negocio.
- 5.2. Framework de precios.
- 5.3. Cálculo del Life Time Value LTV.
- 5.4. Cálculo del Cost of Customer Acquisition COCA.

Unidad 6. ¿Cómo diseñamos y construimos nuestro producto?

- 6.1. Identificar los puntos clave.
- 6.2. Testar los puntos clave.
- 6.3. Definir el Producto Mínimo Viable MVBP.
- 6.4. Mostrar que los clientes comprarán nuestro producto.

Unidad 7. ¿Cómo escalamos nuestro negocio?

- 7.1. Calcular el TAM de los mercados adyacentes.
- 7.2. Desarrollo del Plan de Producto.

Unidad 8. Lean Canvas Model

- 8.1. Lean Canvas model.

5. METODOLOGÍAS DE ENSEÑANZA-APRENDIZAJE

A continuación, se indican los tipos de metodologías de enseñanza-aprendizaje que se aplicarán:

- Clase magistral.
- Aprendizaje cooperativo.
- Aprendizaje basado en problemas.
- Aprendizaje basado en proyectos.
- Learning by doing.
- Microlearning.
- Aprendizaje basado en el pensamiento.
- Auto aprendizaje.
- Sprint.

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
Lecciones magistrales	40
Análisis de casos	15
Búsqueda de recursos y selección de fuentes de información	25
Elaboración de presentaciones	10
Actividades participativas grupales	20
Trabajo autónomo	30
Tutoría	5
Pruebas de conocimientos	5
TOTAL	150

Modalidad a distancia:

Actividad formativa	Número de horas
Lectura de temas de contenido	40
Búsqueda de recursos y selección de fuentes de información	25
Debates y coloquios a través de seminario o foros en el Campus Virtual	10
Elaboración de informes y escritos	20
Actividades participativas grupales (seminarios, participación en foros- on-line...) a través de webconference	10
Trabajo autónomo	35
Tutoría virtual	5
Pruebas de conocimientos	5
TOTAL	150

7. EVALUACIÓN

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

Sistema de evaluación	Peso
Prueba de conocimiento	60%
Asistencia	10%
Participación Activa	10%
Calidad de las Intervenciones	10%
Calidad de los ejercicios presentados	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 30% en la actividad Prueba de Conocimiento, para que la misma pueda hacer media con el resto de 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 30% en la actividad Prueba de Conocimiento, para que la misma pueda hacer media con el resto de 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 Unidad 1	Semana 1-4
Actividades Unidad 2	Semana 5-7
Actividades Unidad 3	Semana 8-10
Actividades Unidad 4	Semana 11-12
Actividades Unidad 5	Semana 13-14
Actividades Unidad 6	Semana 15-16
Actividades Unidad 7 y 8	Semana 17-18

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.