



MEMORIA PARA LA SOLICITUD DE IMPLANTACIÓN TÍTULOS PROPIOS

1. Descripción del título.

1.1. Denominación.

Curso Experto en “Competencias emprendedoras y proceso emprendedor: de la idea a la empresa”.

1.2. Tipo de estudio y duración.

Curso Experto con una duración de 20 ECTS.

1.3. Tipo de enseñanza (presencial, híbrido, virtual).

Presencial.

1.4. Lengua en la que se imparte.

Español.

1.5. Número de plazas de nuevo ingreso ofertadas.

20 plazas.

2. Justificación.

2.1. Justificación del título propuesto argumentando el interés académico, científico o profesional del mismo.

El Curso Experto en “Competencias emprendedoras y proceso emprendedor: de la idea a la empresa”, organizado por la Cátedra de Emprendimiento Universidad de Oviedo – Caja Rural de Asturias (www.unioviado.es/catedradeemprendimiento), y que será impartido en el Instituto Universitario de la Empresa (IUDE-<https://iude.uniovi.es>) de la Universidad de Oviedo, nace del convencimiento de la idoneidad de ofrecer en Asturias una formación orientada a cubrir las necesidades en el ámbito de la educación para el emprendimiento.

Numerosas organizaciones, como la Comisión Europea o la Organización de Naciones Unidas, señalan, cada vez en mayor medida, la enorme importancia del espíritu emprendedor como generador de riqueza y empleo, contribuyendo significativamente a la prosperidad económica de una región, a la estabilidad de su mercado laboral y, por tanto, constituyéndose como uno de los pilares que contribuyen al asentamiento de la población. Estamos, por tanto, ante un reto importante para cualquier sociedad, el cual es que existan más iniciativas emprendedoras. El Principado de Asturias no es una excepción. Tal y como se recoge en su Programa de Emprendimiento 2021/2023 (disponible en <https://ffes.org/wp-content/uploads/2021/10/Programa-Emprendimiento-2021-2023-Asturias.pdf>), “el Programa de Emprendimiento de Asturias se enfrenta a dos grandes desafíos: [...] y, por otro lado, seguir trabajando en los factores estratégicos y estructurales para lograr que Asturias sea una sociedad más emprendedora, consolidar y mejorar su ecosistema empresarial y, en definitiva, reforzar los pilares sobre las que se sustenta el crecimiento de la productividad y el desarrollo económico de nuestra sociedad”.



Sin embargo, y según los datos del *Global Entrepreneurship Monitor (GEM) Asturias 2020*, en Asturias no llega al 16% la población de entre 18 y 64 años que percibe oportunidades para emprender, y sólo un 53% considera al emprendimiento como una buena opción profesional. Por ello, es necesario impulsar y desarrollar las competencias emprendedoras a nivel formativo y en todos los niveles educativos.

Este Curso Experto surge de esta necesidad. El objetivo del mismo es, por tanto, ofrecer, desde una perspectiva práctica, toda la formación necesaria para que el alumnado pueda desarrollar esas competencias emprendedoras tan necesarias, no sólo para crear empresas, sino también para liderar cambios en sus lugares de trabajo y, por tanto, para el desarrollo de la carrera profesional a todos los niveles. Todo ello, como se indicó anteriormente, permitirá mejorar nuestro ecosistema empresarial.

2.2. Descripción de los procedimientos de consulta internos y externos utilizados para la elaboración del plan de estudios.

Como se ha indicado, la iniciativa para la elaboración de este plan de estudios parte de la Cátedra de Emprendimiento Universidad de Oviedo – Caja Rural de Asturias. La Cátedra está formada por un grupo multidisciplinar de investigadores de la Universidad de Oviedo, y su objetivo es promocionar el emprendimiento en la sociedad asturiana en general, y entre la comunidad universitaria en particular. El objetivo señalado se aborda desde una doble perspectiva: técnica y divulgativa.

Desde la Cátedra se ha contactado con diferentes agentes del ecosistema emprendedor asturiano para contrastar la idoneidad del plan de estudios del curso experto que proponemos. Por una parte, se contactó con diferentes expertos en emprendimiento dentro de la Universidad de Oviedo, en particular, diversos profesores de las áreas de Organización de Empresas, Comercialización e Investigación de Mercados y Economía Financiera y Contabilidad que, no perteneciendo a la Cátedra, destacan por su especialización en algunos de los ámbitos que integran la propuesta.

Por otra parte, se contactó con diferentes agentes pertenecientes al ecosistema emprendedor, con los que se contrastó la propuesta inicial, y que aportaron valiosas y novedosas ideas a la misma. Destacar, en este sentido, las aportaciones realizadas por los integrantes del Centro Europeo de Empresas e Innovación del Principado de Asturias (CEEI- www.ceei.es). El CEEI es una asociación sin ánimo de lucro que apoya la puesta en marcha y crecimiento de empresas innovadoras y de base tecnológica en Asturias. El CEEI está homologado bajo el modelo BIC europeo - Business Innovation Centre – y forma parte de la red internacional EBN European Business Network, la más reconocida por sus estándares de calidad, metodologías y servicios de apoyo al emprendimiento y la innovación.

Muy destacable también ha sido la colaboración de Oviedo Emprende (<https://oviedoemprende.es>) para la elaboración del plan de estudios propuesto. Oviedo Emprende es una iniciativa del Ayuntamiento de Oviedo, dirigida a empresas y personas emprendedoras, que tiene como objetivo ayudarles a adaptarse a las necesidades actuales y a los nuevos modelos de negocio basados en el uso intensivo de las tecnologías de la información y la comunicación y en la



innovación. Todo ello sobre la base de un nuevo modelo de acompañamiento a los emprendedores, itinerarios personalizados de asesoramiento empresarial, y siempre bajo los principios de colaboración y cooperación entre los agentes económicos y sociales del territorio, todos ellos implicados en su desarrollo.

Una tercera entidad que ha participado activamente en la elaboración de la propuesta definitiva del plan de estudios es Valnalón. Se trata de una entidad fuertemente comprometida con la “Educación Emprendedora”, cuyo objetivo es el fomento del espíritu emprendedor en los distintos niveles educativos. Valnalón se creó en el año 1987 como una empresa pública dependiente de la Consejería de Empleo, Industria y Turismo del Principado de Asturias. Desde entonces ha ido evolucionando hacia una meta perseguida con decidido empeño: cambiar la mentalidad de la sociedad, abriendo camino desde la cultura Industrial dominante en el Principado de Asturias hasta la actual cultura Emprendedora.

Destacar, por último, que la ronda de consultas abarcó también al propio Principado de Asturias. Esto es así dado que en el propio Programa de Emprendimiento 2021/2023 del Principado de Asturias uno de los objetivos es “que la Universidad de Oviedo se involucre en el diseño y ejecución de un programa formativo avanzado especializado en todas las áreas estratégicas clave que permitan elevar el perfil de los potenciales emprendedores e intraemprendedores de Asturias, fomentando su creatividad e innovación y su perfil internacional”. Con este fin, se contactó con el Director General de Comercio, Emprendedores y Economía Social, al que se le presentó la propuesta del curso, y que también aportó propuestas interesantes para la mejora del mismo.

Fruto de todas estas consultas, internas y externas, es el plan de estudios que se presenta en esta convocatoria.

3. Objetivos formativos del título y perfil de ingreso.

Los objetivos formativos del curso pretenden que los estudiantes desarrollen las siguientes competencias:

a) Competencias genéricas o transversales.

- Capacidad de análisis y síntesis.
- Capacidad de aprendizaje.
- Capacidad de comunicación fluida oral y escrita en la lengua propia.
- Habilidad para la búsqueda y análisis de fuentes de información en el ámbito de trabajo.
- Capacidad para trabajar de forma autónoma.
- Capacidad para trabajar en equipo.
- Capacidad de organizar y planificar.
- Capacidad para tomar decisiones.
- Capacidad de aplicar los conocimientos en la práctica.
- Capacidad crítica y autocrítica.
- Capacidad de adaptación a nuevas situaciones.
- Preocupación por la calidad y el trabajo bien hecho.



b) Competencias específicas emprendedoras (EntreComp Marco Europeo de la Competencia Emprendedora).

- Competencias en el área de ideas y oportunidades:
 - Identificación de oportunidades.
 - Creatividad.
 - Visión.
 - Evaluación de ideas.
 - Pensamiento ético y sostenible.
- Competencias en el área de recursos:
 - Autoconocimiento y confianza en sí mismo.
 - Motivación y perseverancia.
 - Movilización de recursos.
 - Educación financiera y económica.
 - Capacidad de movilizar a otras personas.
- Competencias del área de pasar a la acción:
 - Iniciativa.
 - Planificación y gestión.
 - Manejo de la incertidumbre/riesgo.
 - Trabajo en equipo.
 - Capacidad de aprender a través de la experiencia.

En consecuencia, los egresados de este curso deberán haber adquirido esas competencias emprendedoras tan necesarias hoy en día, no sólo para la creación de nuevas empresas, sino también para el intraemprendimiento, es decir, para liderar cambios en sus lugares de trabajo y, por tanto, para el desarrollo de su carrera profesional a todos los niveles.

En cuanto al perfil de ingreso, cabe señalar que el plan de estudios que se propone es flexible y será objeto de una “doble” oferta: Curso Experto y dos microcredenciales.

Como Curso Experto, el perfil de ingreso requiere de una titulación universitaria, en cualquier rama de conocimiento. De hecho, la multidisciplinariedad del grupo de estudiantes facilitará el desarrollo de las dinámicas previstas y enriquecerá claramente las actividades programadas. Además, los candidatos podrán estar, o no, desempeñando una actividad profesional en el momento de la realización del Curso, dado que la actividad emprendedora e intraemprendedora puede desarrollarse desde cualquier ámbito laboral o profesional, y en el momento presente o a futuro. En este caso, el estudiante cursará los tres bloques que integran el plan de estudios.

Por otro lado, y siempre que queden plazas vacantes tras atender todas las solicitudes de matrícula en el Curso Experto, se ofertarán de manera independiente los bloques 1 y 2 como dos microcredenciales o micromódulos (modalidad formativa prevista en el artículo 37 del Real Decreto 822/2021, de 28



de septiembre, por el que se establece la organización de las enseñanzas universitarias y del procedimiento de aseguramiento de su calidad; disponible en <https://www.boe.es/eli/es/rd/2021/09/28/822/con>). En este caso, para el acceso no se requiere necesariamente una titulación universitaria. La finalidad de este tipo de formación dirigida a no titulados la establece el propio Real Decreto 822/2021 en su artículo 37: “la ampliación y actualización de conocimientos, competencias y habilidades formativas o profesionales que contribuyan a una mejor inserción laboral de los ciudadanos y de las ciudadanas sin titulación universitaria”. En definitiva, y al igual que en el caso del Curso Experto, el perfil de ingreso para cursar las microcredenciales a) no requiere de formación previa en un campo de conocimiento específico, y b) los candidatos podrán estar, o no, desempeñando una actividad profesional en el momento de la realización del Curso. La única diferencia relevante con respecto al perfil de ingreso para el Curso Experto es la no exigencia de una titulación universitaria.

4. Organización y gestión del programa.

4.1. Órganos de dirección y procedimiento de gestión.

La dirección del programa formativo correrá cargo de las profesoras Vanesa Solís Rodríguez y Marta Fernández Barcala. Ambas son profesoras titulares del área de Organización de Empresas y pertenecen al departamento de Administración de Empresas. Ambas son, además, integrantes del equipo investigador de la Cátedra de Emprendimiento Universidad de Oviedo – Caja Rural de Asturias.

Las directoras contarán con el apoyo de los coordinadores de cada uno de los módulos para la gestión académica del programa. El coordinador de cada módulo se señala en la guía docente de este.

Para la gestión administrativa contarán, además, con el apoyo del personal de administración y servicios vinculado al Instituto Universitario de la Empresa, sede de impartición del curso, y cuyos recursos se describen en detalle en el punto 8.

4.2. Convenios con organismos y entidades colaboradoras.

Si bien no se han desarrollado convenios de colaboración específicos con ningún organismo, distintas entidades e instituciones han tenido, y tendrán durante la impartición del curso, una participación activa. De esta manera, es destacable la participación de las siguientes entidades colaboradoras:

1. Principado de Asturias, a través de la Dirección General de Comercio, Emprendedores y Economía Social. Así, en consonancia con lo establecido en el Programa de Emprendimiento 2021/2023 del Principado de Asturias, se han comprometido verbalmente a participar financiando el curso con una partida de fondos destinada a becas de matrícula.
2. Valnalón, que ha aportado su experiencia en el ámbito del emprendimiento para la configuración del plan de estudios y cuyos profesionales se van a responsabilizar de la impartición de parte de los contenidos de este.
3. Centro Europeo de Empresas e Innovación del Principado de Asturias (CEEI) que, al igual que la institución anterior, ha asesorado en la



elaboración del plan de estudios. Sus profesionales van a participar también activamente en la impartición de parte de los contenidos académicos.

4. Oviedo Emprende que colabora de idéntica manera que las instituciones anteriores.
5. Cátedra de Emprendimiento Universidad de Oviedo – Caja Rural de Asturias que se ha encargado de la elaboración de la propuesta, su coordinación y la dirección del plan de estudios presentado.

5. Acceso y admisión de estudiantes

5.1. Sistemas de información previa a la matriculación y procedimientos de acogida y orientación.

Los principales sistemas de información previa a la matriculación de los estudiantes son:

1. Webs institucionales: en primer lugar, la web de la Universidad de Oviedo (<https://www.uniovi.es/estudios/titulospropios>). En segundo lugar, la web del Centro Internacional de Postgrado de la Universidad de Oviedo (<https://cei.uniovi.es/postgrado>). En tercer lugar, la web del Instituto Universitario de la Empresa (<https://iude.uniovi.es>). Por último, la web de la Cátedra de Emprendimiento Universidad de Oviedo – Caja Rural de Asturias (<https://www.unioviedo.es/catedradeemprendimiento>). A través de las dos primeras se podrá acceder a información de todos los títulos propios y de la formación continua ofertada por la Universidad de Oviedo; se muestra la información tanto del contenido de cada plan de estudios como de los trámites necesarios para la realización de la preinscripción y matrícula de los mismos. Asimismo, se incluye información sobre las becas y ayudas para los estudiantes. La web del Instituto Universitario de la Empresa ofrecerá información equivalente para los títulos que se imparten en su sede, entre los que se incluye este. Y, por último, la web de la Cátedra de Emprendimiento Universidad de Oviedo – Caja Rural de Asturias se centrará fundamentalmente en este curso.
2. Otra de las vías de información será la elaboración de trípticos o folletos (físicos y digitales) donde se recogerán, al menos, los perfiles de ingreso y egreso, los requisitos de admisión y la duración y estructura básica del plan de estudios. Esta información se distribuirá, entre otros, en los diferentes centros de la Universidad de Oviedo, así como en las principales ferias de promoción educativa superior tanto nacionales como extranjeras a las que acuda la Universidad de Oviedo. Asimismo, se harán llegar a la Asociación de Centros de Empresas Públicos del Principado de Asturias (ACEPPA), a la Red de Centros de Referencia de Emprendimiento en Asturias (CREA) y al resto de centros vinculados con el emprendimiento en Asturias no vinculados a las instituciones anteriores. Se enviarán asimismo a todos los ayuntamientos de Asturias. En todos los casos se pedirá a los destinatarios que, si les resulta posible, lo difundan en sus webs y en sus redes sociales.



3. Junto con ello se utilizarán las redes sociales, tanto de la Cátedra de Emprendimiento Universidad de Oviedo – Caja Rural de Asturias como del Instituto universitario de la Empresa, para difundir el curso propuesto. En concreto, y desde la Cátedra, la información se difundirá desde Twitter (<https://twitter.com/CatEmprendOvi>) y desde LinkedIn (<https://es.linkedin.com/in/c%C3%A1tedra-emprendimiento-uniovi-caja-rural-asturias-59a519210>). Y desde el Instituto Universitario de la Empresa se difundirá desde Instagram (<https://www.instagram.com/iudeuniovi>), Facebook (<https://www.facebook.com/iude.uniovi.es>), LinkedIn (<https://www.linkedin.com/company/iude/?originalSubdomain=es>) y YouTube (<https://iude.uniovi.es/info/videos>). Lógicamente, la naturaleza de la información difundida por estos medios se adaptará a la idiosincrasia de cada una de las redes sociales.
4. Jornadas informativas: cada año el Instituto Universitario de la Empresa organiza jornadas para presentar la oferta de títulos propios y programas de formación continua que se impartirán en sus instalaciones. Está prevista una Jornada de presentación de la oferta el día 30 de marzo de 2022 en la Facultad de Economía y Empresa en la que, además de presentar las ofertas ya aprobadas en convocatorias anteriores, se presentarán los planes de estudios que se van a someter a aprobación (se indicará en la presentación claramente que esa oferta aún no es en firme y está condicionada a la aprobación correspondiente por la Universidad de Oviedo).
5. Publicidad en la prensa regional mediante la inserción, bien en la edición digital, bien en papel, bien en ambas, de la oferta formativa del Instituto Universitario de la Empresa.

Respecto a los procedimientos de acogida y orientación de los estudiantes juegan aquí un papel clave, desde el punto de vista de la orientación académica, las directoras del curso y, desde el punto de vista de la información de trámites administrativos, el personal de administración y servicios tanto del Instituto Universitario de la Empresa como del Centro Internacional de Postgrado de la Universidad de Oviedo.

Así, se pondrá a disposición de los estudiantes el correo electrónico de las directoras y se mantendrán reuniones informativas a solicitud de los interesados (a través de Teams preferentemente) durante todo el período de preinscripción y matriculación. Por supuesto, este canal se mantendrá abierto durante todo el desarrollo del programa. Por su parte, el personal de administración y servicios del Instituto Universitario de la Empresa también atenderá a los estudiantes, tanto presencialmente, como telefónicamente, como por mail, para informarles de todos los aspectos en que requieran asesoramiento con relación al curso, o para indicarles con quién contactar para obtener dicha información o asesoramiento.

5.2. Órgano de admisión: estructura y funcionamiento

La admisión al título es responsabilidad fundamentalmente de las directoras del curso, que actuarán apoyadas por el personal de administración y servicios del



Instituto Universitario de la Empresa. Serán las encargadas, una vez reciban todas las solicitudes de preinscripción, bien tramitadas a través del Centro Internacional de Postgrado o bien a través del Instituto Universitario de la Empresa, de (i) comprobar que los expedientes aportan toda la documentación requerida y (ii) baremar las solicitudes de acuerdo a los criterios establecidos.

Dado que el curso se oferta en dos formatos, (i) íntegramente como título propio experto y (ii) modularmente como dos microcredenciales o micromódulos que se corresponden, respectivamente, con los bloques 1 y 2 del plan de estudios, se hace necesario establecer la prelación entre esos dos grupos de demandantes de formación.

En este sentido, se establece que tendrán preferencia para adjudicarse las plazas los estudiantes que deseen cursar el plan de estudios en su totalidad como curso experto. Por tanto, la matrícula como microcredencial o micromódulo de los bloques 1 y 2 queda condicionada a la existencia de plazas libres en el curso experto.

Respecto a la admisión de estudiantes al título experto, se exige estar en posesión de un título universitario. Excepcionalmente, podrán admitirse candidatos que no sean aún titulados, pero que estén en disposición de serlo antes de la finalización de la impartición del curso.

En caso de que el número de solicitudes supere al número de plazas ofertadas, los alumnos serán seleccionados atendiendo a los siguientes criterios: titulación universitaria, expediente académico y entrevista personal. El baremo que se utilizará aparece recogido en la tabla que se expone a continuación.

Baremo de criterios de selección	Puntuación máxima
1. Titulación universitaria	2
• Graduados y diplomados	1
• Licenciados y Master	1,5
• Doctores	2
2. Expediente académico	4
3. Entrevista	4
TOTAL	10

Respecto a la admisión de estudiantes, si existiesen plazas vacantes tras la matrícula de los demandantes del curso experto, a los micromódulos o microcredenciales, no se exige estar en posesión de titulación universitaria.

En caso de que el número de solicitudes, al sumar a los ya admitidos al curso experto en su conjunto con los solicitantes de un micromódulo o microcredencial, sea superior al número de plazas ofertadas, los alumnos se seleccionarán atendiendo a los siguientes criterios: titulación y entrevista personal. El baremo que se utilizará aparece recogido en la tabla siguiente.



Baremo de criterios de selección	Puntuación máxima
1. Titulación	6
• Educación Primaria.	3
• Educación Secundaria Obligatoria (ESO)	4
• Bachillerato o Formación Profesional	5
• Enseñanzas universitarias	6
2. Entrevista	4
TOTAL	10

5.3. Condiciones o pruebas de acceso especiales

No se contemplan.

5.4. Sistemas de apoyo y orientación de los estudiantes una vez matriculados

Las directoras del curso y el personal del Instituto Universitario de la Empresa serán los principales sistemas de apoyo y orientación a los estudiantes del curso una vez matriculadas. Así, las directoras estarán accesibles para el alumnado tanto por correo electrónico, como por la plataforma Teams, así como presencialmente a través de reuniones periódicas que se programarán con los estudiantes para el seguimiento del curso. En concreto, se realizará una tutoría con los estudiantes a mitad de cada uno de los bloques 1 y 2 para realizar un seguimiento de los mismos y atender a todas las consultas y dudas que los estudiantes puedan tener. Estas tutorías coincidirán temporalmente con una de las reuniones mensuales que también se programarán para hacer el seguimiento de la calidad del curso, y que se describen en el apartado 9.2. Por otra parte, el personal del Instituto Universitario de la Empresa estará físicamente en las instalaciones donde se desarrollarán las actividades docentes y atenderán cualquier duda o cuestión que planteen los estudiantes, bien para resolverla o bien para redirigirla a quien pueda resolverla. Destacar que los coordinadores de cada módulo también asumirán responsabilidades en el ámbito de apoyo y orientación a los estudiantes para el módulo que coordinan.

6. Estructura académica (módulos y/o asignaturas).

El curso se estructura en dos grandes bloques, con un total de siete módulos, más un trabajo final en grupo, de acuerdo a la estructura que se muestra a continuación:

BLOQUE 1: IDEACIÓN, CREACIÓN Y VALIDACIÓN DEL MODELO DE NEGOCIO

MÓDULO 1: IDEACIÓN E INNOVACIÓN EN LOS MODELOS DE NEGOCIO

1. Reflexiones previas: el emprendimiento en el mundo y en España
2. Competencias emprendedoras en el marco europeo Entrecomp
3. *Design Thinking*: de la idea al modelo de negocio
4. Análisis y generación de modelos de negocio



MÓDULO 2: DISEÑO DEL MODELO DE NEGOCIO: LEAN STARTUP PARA LA CREACIÓN Y VALIDACIÓN DEL MISMO

1. Lean StartUp
2. *UX & CX Customer Experience Design*
3. *Product Market Fit*: validación del modelo de negocio
4. Desarrollo ágil de productos

BLOQUE 2: IMPLEMENTACIÓN DEL PLAN DE NEGOCIO

MÓDULO 3: GESTIÓN DE EQUIPOS, LIDERAZGO Y COMUNICACIÓN

1. Organización del trabajo en equipos
2. Liderazgo
3. Comunicación

MÓDULO 4: ASPECTOS LEGALES Y VIABILIDAD DEL MODELO DE NEGOCIO

1. Cuestiones legales y fiscales en la constitución: forma jurídica y trámites mercantiles y tributarios
2. Viabilidad económica y financiera
3. Inversión y financiación
4. Influencia de las competencias emprendedoras en la viabilidad del modelo de negocio

MÓDULO 5: EMPRENDIMIENTO INNOVADOR Y DE BASE TECNOLÓGICA

1. Los agentes del ecosistema emprendedor innovador
2. Factores clave para la creación de empresas de base tecnológica

MÓDULO 6: ESTRATEGIA Y OPERACIONES

1. Dirección estratégica
 - Análisis externo: entorno general y específico
 - Análisis interno: recursos y capacidades
 - Creación de valor y ventaja competitiva
 - Estrategias para gestionar el crecimiento
2. Dirección de operaciones
 - La estrategia de operaciones
 - Decisiones de operaciones

MÓDULO 7: MARKETING Y ESCALADO

1. Técnicas de investigación de mercados, cuantitativas y cualitativas. Técnicas digitales.
2. Investigación de usuarios desde la etnografía y el neuromarketing



3. Plan de marketing offline y plan de marketing digital.
4. Análisis de la situación actual offline y online y fijación de objetivos SMART.
5. Estrategias de marketing: segmentación, branding/posicionamiento, selección de canales y puntos de contacto con el cliente y de creación de valor para el cliente.
6. La venta online dentro de una estrategia omnicanal.
7. Plan de acción, monitorización y control de resultados.

BLOQUE 3: TRABAJO FINAL

MÓDULO 8: TRABAJO FINAL

7. Personal académico.

7.1. Profesorado y otros recursos humanos (Incluir tablas del Anexo I).

El profesorado, cuyos datos principales aparecen recogidos en el Anexo I, está compuesto por una combinación de docentes procedentes de diferentes áreas de conocimiento y departamentos de la Universidad de Oviedo. Concretamente, se encuentran representadas las áreas de Organización de Empresas, Comercialización e Investigación de Mercados, Economía Financiera y Contabilidad, Derecho Mercantil y Derecho Financiero y Tributario. La participación de los docentes de la Universidad de Oviedo se combina con la presencia, dado el enfoque fundamentalmente práctico del curso, de profesionales tanto del ámbito empresarial, con probada trayectoria y experiencia en la docencia, como del ámbito de instituciones directamente vinculadas a la promoción y apoyo de las actividades emprendedoras.

7.2. Currículum o reseña personal de docentes e investigadores (CVA para profesorado universitario o reseña profesional para otros externos).

Los currículums (CVA) del profesorado, así como las reseñas personales y profesionales de los profesores responsables de la impartición de la docencia de este curso aparecen recogidos en el Anexo IV.

8. Recursos materiales y servicios.

8.1. Recursos disponibles.

El Curso Experto en “Competencias emprendedoras y proceso emprendedor: de la idea a la empresa” cuenta con las instalaciones y recursos que el Instituto Universitario de la Empresa (IUDE) de la Universidad de Oviedo pone a su disposición, dado que las clases se impartirán en dicho instituto (ubicado en la C/ González Besada 13, 4ª planta, Oviedo). En concreto, el curso dispone de los siguientes recursos y servicios:

- Un aula para el desarrollo habitual de las clases, equipada con los medios audiovisuales necesarios (ordenador, cañón-proyector, pizarra, bloc de reuniones).



- Un aula de informática para las sesiones que requieran el uso de ordenadores, con un equipo por alumno, cañón-proyector y bloc de reuniones.
- Una sala polivalente, equipada con mesas de trabajo, las cuales están a disposición de los alumnos para el estudio, la lectura, el trabajo en equipo, etc.
- Una fotocopiadora.
- Todo el edificio dispone además de conexión inalámbrica a Internet a través de la wifi de la Universidad de Oviedo y de la red Eduroam.

Con la matrícula aportada por los alumnos se financian todos los materiales que necesitan para el seguimiento de las clases y el estudio personal (libros, apuntes, fotocopias, material informático, etc.).

8.2. Previsión de adquisición de recursos materiales y servicios.

En principio, no se tiene previsto la adquisición de servicios ni recursos materiales adicionales.

9. Sistema de Garantía de la Calidad.

9.1. Responsables del Sistema de Garantía de la Calidad.

Las principales responsables de garantía de la calidad del plan de estudios son las directoras del curso experto: Marta Fernández Barcala y Vanesa Solís Rodríguez.

No obstante, los coordinadores de los diferentes módulos también apoyarán en esta tarea a las directoras, identificando posibles actuaciones de mejoras y notificando cualquier contingencia que pudiera resultar relevante.

9.2. Procedimientos de evaluación y mejora de la calidad de la enseñanza y el profesorado, de la satisfacción de los implicados y de atención a las sugerencias y reclamaciones.

Los aspectos de mejora de la calidad de la enseñanza y el profesorado serán evaluados a través de dos herramientas complementarias:

- Encuestas a los alumnos. Al finalizar cada uno de los bloques se realizarán encuestas a los estudiantes con preguntas relativas a los principales aspectos relacionados con la calidad de la enseñanza recibida, al objeto de que los estudiantes que cursen los contenidos como micromódulos o microcredenciales puedan también evaluar la formación. Adicionalmente, se realizará una encuesta final sobre la valoración global curso, en la que los alumnos, en este caso los que hayan hecho seguimiento del curso experto, podrán realizar todas aquellas sugerencias que estimen necesarias (sin perjuicio de las que puedan realizar de manera más informal durante el desarrollo del curso).
- Paralelamente, con el fin de detectar posibles deficiencias y corregirlas con la mayor rapidez y diligencia posible se utilizarán también mecanismos de carácter informal. Con carácter periódico, la dirección del curso celebrará



reuniones con los alumnos, en las que podrán tratarse todo tipo de temas relacionados con el funcionamiento de este. Estas reuniones tendrán lugar, como mínimo, una vez cada mes. La experiencia muestra que en este tipo de encuentros salen a la luz aspectos que son difícilmente trasladables a un cuestionario por escrito. Por otra parte, de la relación continua entre la dirección, los coordinadores de los módulos y el profesorado también es probable que se derive un gran número de temas que posibilitarán la reflexión para la mejora continua.

10. Guías docentes de las asignaturas (ver modelo y explicación en Anexo II).

En el Anexo II aparecen recogidas las guías docentes de los diferentes módulos que configuran el Curso de Experto en “Competencias emprendedoras y proceso emprendedor: de la idea a la empresa”.

11. Calendario y horarios.

El curso se desarrollará de octubre de 2022 a marzo de 2023.

Horario: martes y jueves de 17:00 a 20:15h, en dos sesiones de 1,5 horas (de 17 a 18:30 y de 18:45 a 20:15, con un descanso de 15 minutos entre ambas).

Lugar de impartición: Instituto Universitario de la Empresa (ubicado en la C/ González Besada 13, 4ª planta, Oviedo).

12. Presupuesto (Documento independiente Anexo III. Presupuesto Título Propio).

El presupuesto se ha adjuntado como Anexo III a esta memoria y ha sido presentado también a la convocatoria.



ANEXO I

TABLA 1: Personal Docente e Investigador de la Universidad de Oviedo.

	NOMBRE Y APELLIDOS	CATEGORÍA / CARGO	ASIGNATURA	Nº HORAS IMPARTIDAS
1	Begoña Álvarez Álvarez	Titular universidad	Módulo 7: Marketing y Escalado	1,5
2	Silvia Cachero Martínez	Ayudante Doctora	Módulo 2: Diseño del modelo de negocio: lean startup para la creación y validación del mismo	3
3	Marta Fernández Barcala	Titular universidad	Módulo 2: Diseño del modelo de negocio: lean startup para la creación y validación del mismo Módulo 6: Estrategia y operaciones	4,5
4	Nuria García Rodríguez	Titular universidad	Módulo 7: Marketing y Escalado	1,5
5	Manuel González Díaz	Catedrático Universidad	Módulo 6: Estrategia y operaciones	3
6	Víctor Iglesias Argüelles	Catedrático Universidad	Módulo 7: Marketing y Escalado	3
7	Susana López Bayón	Titular universidad	Módulo 6: Estrategia y operaciones	3
8	Pedro Lorca Fernández	Catedrático Universidad	Módulo 4: Aspectos legales y viabilidad económica	6
9	Juan Ignacio Muñiz Rodríguez	Profesor Asociado	Módulo 4: Aspectos legales y viabilidad económica	6
10	José Pedreira Menéndez	Catedrático Universidad	Módulo 4: Aspectos legales y viabilidad económica	3
11	Guillermo Pérez-Bustamante Ilander	Titular universidad	Módulo 3: Gestión de equipos, liderazgo y comunicación	4,5
12	Luis Manuel Piloñeta Alonso	Titular universidad	Módulo 4: Aspectos legales y viabilidad económica	3
13	Vanesa Solís Rodríguez	Titular universidad	Módulo 1: Ideación e innovación en los modelos de negocio Módulo 6: estrategia y operaciones	4,5
14	Nuria Viejo Fernández	Ayudante Doctora	Módulo 7: Marketing y Escalado	1,5
NÚMERO TOTAL DE HORAS IMPARTIDAS :				48



TABLA 2: Personal Docente e Investigador y profesionales externos.

	NOMBRE Y APELLIDOS	UNIVERSIDAD/ INSTITUCIÓN	ASIGNATURA	Nº HORAS IMPARTIDAS
1	Lydia Alonso Díaz	CEEI	Módulo 5: Emprendimiento innovador y de base tecnológica	3
2	Verónica Álvarez Ayora	CEEI	Módulo 5: Emprendimiento innovador y de base tecnológica	1,5
3	Marcos Álvarez Orozco	Retail Consulting	Módulo 7: Marketing y Escalado	4,5
4	José Armas Montes	El ilusionista	Módulo 3: Gestión de equipos, liderazgo y comunicación	6
5	Roberto Bayón	Oviedo Emprende	Módulo 1: Ideación e innovación en los modelos de negocio Módulo 2: Diseño del modelo de negocio: lean startup para la creación y validación del mismo	33
6	Sara Cillero Rodríguez	Valnalón	Módulo 4: Aspectos legales y viabilidad económica	6
7	Silvia de Oliveira	Oviedo Emprende	Módulo 1: Diseño del modelo de negocio: lean startup para la creación y validación del mismo	7,5
8	Cristina Fanjul Alonso	CEEI	Módulo 5: Emprendimiento innovador y de base tecnológica	1,5
9	Belén Flecha Sors	CEEI	Módulo 5: Emprendimiento innovador y de base tecnológica	1,5
10	Daniel González Alonso	Oviedo Emprende	Módulo 1: Ideación e innovación en los modelos de negocio	1,5
11	Daniel Puente Berdasco	Eurocolegios Casvi	Módulo 7: Marketing y Escalado	3
12	Guillermo Suárez Rodríguez	Ikea	Módulo 3: Gestión de equipos, liderazgo y comunicación	4,5
13	José Antonio Vega Serrano	Valnalón	Módulo 1: Ideación e innovación en los modelos de negocio	6
NÚMERO TOTAL DE HORAS IMPARTIDAS:				79,5



ANEXO II

GUIA DOCENTE PARA MÓDULOS / ASIGNATURAS DE TÍTULOS PROPIOS

1. Identificación de la asignatura/módulo.

Nombre	MÓDULO 1: IDEACIÓN E INNOVACIÓN EN LOS MODELOS DE NEGOCIO		
Tipo:	Obligatoria	Nº total de créditos	4 ECTS
Periodo	Mensual	Idioma	Español
COORDINADOR/A	TELÉFONO/EMAIL		UBICACIÓN
Vanesa Solís Rodríguez	985103703/solisvanesa@uniovi.es		Facultad de Economía y Empresa
PROFESORADO	TELÉFONO/EMAIL		UBICACIÓN
Roberto Bayón	mentor@oviedoemprende.es		Oviedo Emprende
Silvia de Oliveira	dinamiza@oviedoemprende.es		Oviedo Emprende
Daniel González Alonso	daniel.gonzalez@oviedo.es		Oviedo Emprende
Vanesa Solís Rodríguez	985103703/solisvanesa@uniovi.es		Facultad de Economía y Empresa
José Antonio Vega Serrano	joseantonio.vega@valnalon.com		Valnalón

2. Contextualización.

Este módulo se encuadra en el bloque I “Ideación, Creación y Validación del Modelo de Negocio”, que persigue la obtención de una formación práctica orientada a (i) el diseño de ideas innovadoras y la resolución de todo tipo de retos desde un enfoque creativo, y (ii) el desarrollo de las ideas aplicando la metodología lean startup, que facilita las claves para diseñar y validar nuevos modelos de negocio de la forma más ágil y económica posible.

Este módulo comenzará con una presentación y reflexión sobre el ecosistema emprendedor español y las competencias que se consideran necesarias para desarrollar un espíritu emprendedor. Es necesario saber que el emprendimiento como competencia se define como la capacidad de actuar sobre las oportunidades e ideas para crear valor para las demás personas. El valor creado puede ser social, cultural o económico. La capacidad emprendedora es una competencia para toda la vida. El Marco Europeo EntreComp, que será objeto de análisis en este módulo, identifica, precisamente, las competencias que hacen que una persona sea emprendedora. Estas pueden utilizarse para apoyar el aprendizaje empresarial en diferentes entornos - esto puede incluir la sociedad civil, las empresas, la educación, el trabajo con jóvenes, las comunidades, las empresas de nueva creación y entre los individuos.

Una vez efectuada esta reflexión, se hace necesario entender el proceso que lleva de la idea al modelo de negocio. Una cosa es esquematizar un modelo de negocio actual y otra muy distinta es diseñar un modelo de negocio nuevo e innovador. Hace falta un proceso creativo



para generar un número elevado de ideas de modelo de negocio e identificar las mejores. A este proceso se le conoce como «ideación» y el diseño de nuevos modelos de negocio viables exige el dominio de este arte.

Por otra parte, antes, la mayoría de los sectores tenían un modelo de negocio dominante. Sin embargo, esta realidad ha cambiado radicalmente. Hoy en día, tenemos muchas opciones a nuestro alcance para el diseño de nuevos modelos de negocio. Además, los diferentes modelos compiten en los mismos mercados y las fronteras que separan los sectores se están difuminando o incluso desapareciendo. Por todo ello, uno de los desafíos a los que nos enfrenta la creación de nuevas opciones de modelo de negocio es ignorar el statu quo y disipar las dudas sobre las cuestiones operativas para así poder generar ideas realmente nuevas.

La innovación en modelos de negocio no mira al pasado, pues este dice poco sobre el abanico de posibilidades a disposición de los nuevos modelos de negocio. La innovación en modelos de negocio no consiste en observar a la competencia para copiarla o tomarla como punto de referencia, sino en crear mecanismos nuevos que permitan crear valor y percibir ingresos. La innovación en modelos de negocio consiste en desafiar las normas para diseñar modelos originales que satisfagan las necesidades desatendidas, nuevas u ocultas de los clientes.

3. Requisitos.

No se establecen requisitos previos para cursar este módulo distintos de los generales de acceso al curso experto o microcredencial correspondiente.

4. Resultados de aprendizaje.

Los resultados de aprendizaje que obtendrán los estudiantes al superar este módulo son los siguientes:

- Tener una visión de conjunto sobre el ecosistema emprendedor en España y las competencias necesarias para iniciar un proyecto de emprendimiento.
- Ser capaces de reconocer sus propias competencias emprendedoras.
- Adaptar resultados de aprendizaje en emprendimiento a otros contextos específicos.
- Entender el proceso que lleva de la idea al modelo de negocio, analizar su posible viabilidad y aplicar las herramientas que permitan crear las estructuras empresariales necesarias para su explotación.
- Conocer los diferentes patrones de modelos de negocio existentes, su funcionamiento y los efectos de su combinación.

5. Contenidos.

1. Reflexiones previas: el emprendimiento en el mundo y en España
2. Competencias emprendedoras en el marco europeo Entrecomp
 - 2.1. Vinculadas a ideas y oportunidades
 - 2.2. Vinculadas a recursos
 - 2.3. Vinculadas a la acción
3. Design Thinking: de la idea al modelo de negocio
 - 3.1 Introducción al Design Thinking
 - 3.2 Detección y comprensión de las oportunidades
 - 3.3 Proceso de Discovery: generación, evaluación, selección y protección de ideas de negocio
 - 3.4 La importancia de definir correctamente la propuesta de valor
 - 3.5 Herramientas para cada una de las fases
4. Análisis y generación de modelos de negocio



- 4.1 Introducción a los modelos de negocio
- 4.2 Motores de crecimiento
- 4.3 Patrones en los modelos de negocio
- 4.4 El poder de las plataformas
- 4.5 La estrategia del Océano Azul

6. Metodología y plan de trabajo.

El desarrollo del módulo se estructura en torno a dos elementos:

1. Actividades presenciales, donde se intenta transmitir a los alumnos los fundamentos conceptuales, ilustrando con ejemplos clarificadores los aspectos más relevantes. En estas clases presenciales se combinará la lección magistral (para desarrollar los contenidos teóricos básicos, utilizando para ello las distintas tecnologías audiovisuales disponibles), con la realización de supuestos y actividades prácticas que permitan la participación individual o grupal del alumno.

Se considera fundamental la asistencia a clase, en tanto en cuanto garantiza una adecuada transmisión de los conocimientos, sirviendo a la vez de orientación personal al estudiante.

2. Actividades no presenciales, que conllevan, por una parte, un trabajo individual de los alumnos con el fin de asimilar los contenidos impartidos en las clases presenciales, pues serán evaluables a través de las pruebas de evaluación correspondientes. Por otra parte, los alumnos deben ir aplicando los conocimientos adquiridos en el módulo a la realización del proyecto final en grupo.

MODALIDADES		Horas
Presencial	Clases Teóricas	30
	Seminarios	
	Clases Prácticas	
	Prácticas Externas	
	Tutorías	1
	Sesiones de evaluación	1
No presencial	Trabajo en Grupo	30
	Trabajo Individual	38
Total		100

7. Evaluación del aprendizaje de los estudiantes.

La evaluación será igual para todos los módulos, lo que es habitual en la Universidad de Oviedo en la rama de conocimiento desde la que se propone este título, y así lo avalan, por ejemplo, las memorias de verificación de los títulos de Grado en Administración y Dirección de Empresas y Grado en Economía. En concreto, la evaluación se realizará de acuerdo con los siguientes criterios:

1. El alumno deberá asistir puntualmente, al menos, al 80% de las clases presenciales.
2. Siempre que se cumpla la condición anterior, el alumno recibirá una nota que se ponderará en función de cada uno de los siguientes conceptos:



- a) Participación en las clases presenciales y capacidad de resolución de los retos y/o actividades planteados en cada sesión. Los retos y actividades serán diseñados ad-hoc para permitir evaluar el grado de adquisición de los resultados de aprendizaje planteados en el módulo (25% de la nota final). Esto será evaluado a partir de los informes que emitan para cada módulo los profesores del curso.
- b) Prueba de evaluación objetiva que se realizará al finalizar el bloque en el que está integrado el módulo (25% de la nota final).
- c) Elaboración y presentación del proyecto final del curso. Esta presentación se realizará al finalizar el curso ante los directores del curso y al menos un coordinador de los diferentes módulos. Su puntuación tendrá un peso del 50% en la nota final.

Los alumnos que cursen este módulo como parte de la microcredencial prevista, aparte de tener que asistir al 80% de las clases, obtendrán el 100% de la nota a partir de los puntos a) y b), dado que no se contempla, para esos estudiantes, la elaboración y presentación de un proyecto final de curso.

8. Recursos, bibliografía y documentación complementaria.

McCallum E., Weicht R., McMullan L., Price A., *EntreComp into action: Get inspired, make it happen* (M. Bacigalupo & W. O’Keeffe Eds.), EUR 29105 EN, Oficina de Publicaciones de la Unión Europea Luxemburgo, 2018. ISBN 978-92-79-79360- 8, doi:10.2760/574864, JRC109128.

Mootee, I. (2014): *Design Thinking para la Innovación estratégica: lo que no te pueden enseñar en las escuelas de negocios ni en las de diseño*. Empresa Activa ilustrado.

Stickdorn, M., Schneider, J. (2014): *This is service Design Thinking: Basics, tools, cases*. John Wiley & Sons Inc.

Wade, M., Loucks, J., Macaulay, J., Noronha, A. (2018): *Digital Vortex: Cómo las empresas tradicionales pueden competir con las más disruptivas*. LID Editorial Empresarial.

Chan Kim, W., Mauborgne, R. (2015): *Blue Ocean strategy, expanded edition: How to create uncontested market space and make the competition irrelevant*. Harvard Business School Press (disponible edición en castellano: Kim, W. C., Mauborgne, R. (2017): *Las claves de la Estrategia del Océano Azul*. Profit Editorial).



1. Identificación de la asignatura/módulo.

Nombre	MÓDULO 2: DISEÑO DEL MODELO DE NEGOCIO: LEAN STARTUP PARA LA CREACIÓN Y VALIDACIÓN DEL MISMO		
Tipo:	Obligatoria	Nº total de créditos	3,2 ECTS
Periodo	Mensual	Idioma	Español
COORDINADOR/A	TELÉFONO/EMAIL		UBICACIÓN
Marta Fernández Barcala	985103703/solisvanesa@uniovi.es		Facultad de Economía y Empresa
PROFESORADO	TELÉFONO/EMAIL		UBICACIÓN
Roberto Bayón	mentor@oviedoemprende.es		Oviedo Emprende
Silvia Cachero Martínez	985103917/cacherosilvia@uniovi.es		Facultad de Economía y Empresa
Marta Fernández Barcala	985103703/solisvanesa@uniovi.es		Facultad de Economía y Empresa

2. Contextualización.

Este módulo se encuadra en el bloque I “Ideación, Creación y Validación del Modelo De Negocio”, que persigue la obtención de una formación práctica orientada a (i) el diseño de ideas innovadoras y la resolución de todo tipo de retos desde un enfoque creativo, y (ii) el desarrollo de las ideas aplicando la metodología lean startup, que facilita las claves para diseñar y validar nuevos modelos de negocio de la forma más ágil y económica posible.

La filosofía Lean, que tiene su origen en la industria automovilística, busca optimizar los procesos de gestión y productivos de la empresa que la ponga en práctica. De este modo se utilizan menos recursos, por lo que cualquier proceso se convierte en más eficiente. Su máxima está en reducir la inversión, el tiempo y el esfuerzo.

Aplicada al mundo del emprendimiento, sirve para emplear eficientemente los recursos (tiempo y dinero, entre otros) de los que disponen las personas promotoras de los proyectos emprendedores. Se basa fundamentalmente en entender las necesidades de los clientes potenciales, aplicando un ciclo continuo que busca validar las hipótesis de negocio con datos reales del mercado. Todo ello permitirá un desarrollo de producto de forma iterativa e incremental, base de las metodologías ágiles.

3. Requisitos.

No se establecen requisitos previos para cursar este módulo distintos de los generales de acceso al curso experto o microcredencial correspondiente.

4. Resultados de aprendizaje.

Los resultados de aprendizaje que obtendrán los estudiantes al superar este módulo son los siguientes:



- Conocer la filosofía Lean aplicada al mundo del emprendimiento, sus diferentes herramientas y cómo usarlas en la práctica para validar las hipótesis de negocio.
- Adquirir las competencias de análisis del comportamiento de las personas destinatarias del producto o servicio que se pretenda desarrollar.
- Entender las fases del proceso de desarrollo de clientes, que nos permite desarrollar la capacidad crítica que nos haga plantear las preguntas correctas sobre el modelo de negocio y, en caso necesario, iterar.
- Conocer el origen de las metodologías ágiles, sus principios y valores, los diferentes entornos de trabajo ágil y su aplicación a un proceso de desarrollo de productos.

5. Contenidos.

1. Lean StartUp
 - 1.1. Orígenes de la filosofía Lean
 - 1.2. Lean aplicado al emprendimiento
 - 1.3. Diseño del modelo de negocio: formulación de hipótesis
 - 1.4. Producto mínimo viable
2. UX & CX Customer Experience Design
 - 2.1. El viaje del usuario y su estudio
 - 2.2. Proceso y técnicas de investigación y diseño de la Experiencia de Usuario
 - 2.3. Business Intelligence y Business Analytics
3. Product Market Fit: validación del modelo de negocio
 - 3.1. Desarrollo de Clientes
 - 3.2. Identificación y ajuste del mercado Identificación y ajuste del valor del producto
 - 3.3. Testeo y métricas para la evaluación de iteraciones
4. Desarrollo ágil de productos
 - 4.1. Metodologías ágiles
 - 4.2. Modelos ágiles de desarrollo
 - 4.3. Delivery a través de Scrum

6. Metodología y plan de trabajo.

El desarrollo del módulo se estructura en torno a dos elementos:

1. Actividades presenciales, donde se intenta transmitir a los alumnos los fundamentos conceptuales, ilustrando con ejemplos clarificadores los aspectos más relevantes. En estas clases presenciales se combinará la lección magistral (para desarrollar los contenidos teóricos básicos, utilizando para ello las distintas tecnologías audiovisuales disponibles), con la realización de supuestos y actividades prácticas que permitan la participación individual o grupal del alumno.

Se considera fundamental la asistencia a clase, en tanto en cuanto garantiza una adecuada transmisión de los conocimientos, sirviendo a la vez de orientación personal al estudiante.

2. Actividades no presenciales, que conllevan, por una parte, un trabajo individual de los alumnos con el fin de asimilar los contenidos impartidos en las clases presenciales, pues serán evaluables a través de las pruebas de evaluación correspondientes. Por otra parte, los alumnos deben ir aplicando los conocimientos adquiridos en el módulo a la realización del proyecto final en grupo.



MODALIDADES		Horas
Presencial	Clases Teóricas	24
	Seminarios	
	Clases Prácticas	
	Prácticas Externas	
	Tutorías	1
	Sesiones de evaluación	1
No presencial	Trabajo en Grupo	30
	Trabajo Individual	24
Total		80

7. Evaluación del aprendizaje de los estudiantes.

La evaluación será igual para todos los módulos, lo que es habitual en la Universidad de Oviedo en la rama de conocimiento desde la que se propone este título, y así lo avalan, por ejemplo, las memorias de verificación de los títulos de Grado en Administración y Dirección de Empresas y Grado en Economía. En concreto, la evaluación se realizará de acuerdo con los siguientes criterios:

1. El alumno deberá asistir puntualmente, al menos, al 80% de las clases presenciales.
2. Siempre que se cumpla la condición anterior, el alumno recibirá una nota que se ponderará en función de cada uno de los siguientes conceptos:
 - a) Participación en las clases presenciales y capacidad de resolución de los retos y/o actividades planteados en cada sesión. Los retos y actividades serán diseñados ad-hoc para permitir evaluar el grado de adquisición de los resultados de aprendizaje planteados en el módulo (25% de la nota final). Esto será evaluado a partir de los informes que emitan para cada módulo los profesores del curso.
 - b) Prueba de evaluación objetiva que se realizará al finalizar el bloque en el que está integrado el módulo (25% de la nota final).
 - c) Elaboración y presentación del proyecto final del curso. Esta presentación se realizará al finalizar el curso ante los directores del curso y al menos un coordinador de los diferentes módulos. Su puntuación tendrá un peso del 50% en la nota final.

Los alumnos que cursen este módulo como parte de la microcredencial prevista, aparte de tener que asistir al 80% de las clases, obtendrán el 100% de la nota a partir de los puntos a) y b), dado que no se contempla, para esos estudiantes, la elaboración y presentación de un proyecto final de curso.

8. Recursos, bibliografía y documentación complementaria.

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

Blank, S. (2013): *The Four Steps to the Epiphany. Successful strategies for products that win*. Wiley.



Blank, S., Dorf, B. (2012): *The startup owner's manual: The step-by-step guide for building a great company*. K & S Ranch.

Liker, J. (2004): *The Toyota Way: 14 Management principles from the world's greatest manufacturer*. Mc Graw Hill India (disponible edición en castellano: Jeffrey, L. (2010): *Las claves del éxito de Toyota: 14 principios de gestión del fabricante más grande del mundo*. Grupo Planeta).

Osterwalder, A., Pigneur, Y. (2010): *Business model generation: A handbook for visionaries, game changers, and challengers (The Strategyzer Series)*. John Wiley & Sons.

Ries, E. (2011): *The lean startup: How today's entrepreneurs use continuous innovation to create radically successful businesses*. Portfolio Penguin.

Womack, J., Jones, D., Roos, D. (2007): *The machine that changed the world*. New Publisher (disponible edición en castellano: Womack, J. P., Jones, D. T., Roos, D (2017): *La máquina que cambió el mundo: La historia de la Producción Lean, el arma secreta de Toyota que revolucionó la industria mundial del automóvil*. Profit Editorial).

Sutherland, J., Sutherland, J. (2014): *Scrum: El revolucionario método para trabajar el doble en la mitad de tiempo*. Editorial Ariel.



1. Identificación de la asignatura/módulo.

Nombre	MÓDULO 3: GESTIÓN DE EQUIPOS, LIDERAZGO Y COMUNICACIÓN		
Tipo:	Obligatoria	Nº total de créditos	2 ECTS
Periodo	Mensual	Idioma	Español
COORDINADOR/A	TELÉFONO/EMAIL		UBICACIÓN
Guillermo Pérez-Bustamante	985104974/gperez@uniovi.es		Facultad de Economía y Empresa
PROFESORADO	TELÉFONO/EMAIL		UBICACIÓN
Guillermo Pérez-Bustamante	985104974/gperez@uniovi.es		Facultad de Economía y Empresa
Guillermo Suárez	guisau71@gmail.com		
José Armas	produccion@elilusionista.com		

2. Contextualización.

Este módulo se encuadra en el bloque II “Implementación del plan de negocio”, el cual desarrolla las claves para la elaboración de un plan de negocio o plan de empresa, herramienta de trabajo básica para poner en marcha cualquier iniciativa empresarial. El módulo “Gestión de equipos, liderazgo y comunicación”, totalmente transversal, permitirá al alumnado la adquisición de competencias para la gestión de personas integradas en equipos de trabajo. La asignatura expone los principios teóricos de la gestión de equipos y liderazgo, pero buscando mediante la realización de casos prácticos una aplicación concreta.

Los estudiantes que realicen la totalidad del curso experto ya habrán cursado el Bloque I, que les habrá permitido la obtención de una formación práctica orientada a (i) el diseño de ideas innovadoras y la resolución de todo tipo de retos desde un enfoque creativo, y (ii) el desarrollo de las ideas aplicando la metodología lean startup, que facilita las claves para diseñar y validar nuevos modelos de negocio de la forma más ágil y económica posible. Los estudiantes que cursen únicamente este segundo bloque, como microcredencial, aprenderán a desarrollar un plan de negocio a través del seguimiento de los módulos que lo integran.

3. Requisitos.

No se establecen requisitos previos para cursar este módulo distintos de los generales de acceso al curso experto o microcredencial correspondiente.

4. Resultados de aprendizaje.

Los resultados de aprendizaje que obtendrán los estudiantes al superar este módulo son los siguientes:

- Tener capacidad para gestionar equipos de trabajo, fijar objetivos compartidos, motivar.



- Conocer los fundamentos de la motivación de los miembros de un equipo y desarrollar prácticas efectivas de motivación.
- Liderar, comunicar e incentivar a los miembros del equipo.

5. Contenidos.

1. Organización del trabajo en equipos
 - 1.1. Cultura, misión y valores de la organización
 - 1.2. Gestión de equipos de trabajo en organizaciones ágiles
 - 1.3. Gestión del talento, comunicación y retroalimentación
2. Liderazgo
 - 2.1. Liderazgo
 - 2.2. Motivación y compensación
 - 2.3. La marca personal
3. Comunicación
 - 3.1. Comunicación e impacto hablando en público
 - 3.2. Gestión de las emociones

6. Metodología y plan de trabajo.

El desarrollo del módulo se estructura en torno a dos elementos:

1. Actividades presenciales, donde se intenta transmitir a los alumnos los fundamentos conceptuales, ilustrando con ejemplos clarificadores los aspectos más relevantes. En estas clases presenciales se combinará la lección magistral (para desarrollar los contenidos teóricos básicos, utilizando para ello las distintas tecnologías audiovisuales disponibles), con la realización de supuestos y actividades prácticas que permitan la participación individual o grupal del alumno.

Se considera fundamental la asistencia a clase, en tanto en cuanto garantiza una adecuada transmisión de los conocimientos, sirviendo a la vez de orientación personal al estudiante.

2. Actividades no presenciales, que conllevan, por una parte, un trabajo individual de los alumnos con el fin de asimilar los contenidos impartidos en las clases presenciales, pues serán evaluables a través de las pruebas de evaluación correspondientes. Por otra parte, los alumnos deben ir aplicando los conocimientos adquiridos en el módulo a la realización del proyecto final en grupo.

MODALIDADES		Horas
Presencial	Clases Teóricas	15
	Seminarios	
	Clases Prácticas	
	Prácticas Externas	
	Tutorías	1
	Sesiones de evaluación	1
No presencial	Trabajo en Grupo	13
	Trabajo Individual	20
Total		50



7. Evaluación del aprendizaje de los estudiantes.

La evaluación será igual para todos los módulos, lo que es habitual en la Universidad de Oviedo en la rama de conocimiento desde la que se propone este título, y así lo avalan, por ejemplo, las memorias de verificación de los títulos de Grado en Administración y Dirección de Empresas y Grado en Economía. En concreto, la evaluación se realizará de acuerdo con los siguientes criterios:

1. El alumno deberá asistir puntualmente, al menos, al 80% de las clases presenciales.
2. Siempre que se cumpla la condición anterior, el alumno recibirá una nota que se ponderará en función de cada uno de los siguientes conceptos:
 - a) Participación en las clases presenciales y capacidad de resolución de los retos y/o actividades planteados en cada sesión. Los retos y actividades serán diseñados ad-hoc para permitir evaluar el grado de adquisición de los resultados de aprendizaje planteados en el módulo (25% de la nota final). Esto será evaluado a partir de los informes que emitan para cada módulo los profesores del curso.
 - b) Prueba de evaluación objetiva que se realizará al finalizar el bloque en el que está integrado el módulo (25% de la nota final).
 - c) Elaboración y presentación del proyecto final del curso. Esta presentación se realizará al finalizar el curso ante los directores del curso y al menos un coordinador de los diferentes módulos. Su puntuación tendrá un peso del 50% en la nota final.

Los alumnos que cursen este módulo como parte de la microcredencial prevista, aparte de tener que asistir al 80% de las clases, obtendrán el 100% de la nota a partir de los puntos a) y b), dado que no se contempla, para esos estudiantes, la elaboración y presentación de un proyecto final de curso.

8. Recursos, bibliografía y documentación complementaria.

Coleman D (2021): *Liderazgo: el poder de la inteligencia emocional*. Editorial B Bolsillo, Madrid.

Krogerus, M (2019): *El pequeño libro de la comunicación eficaz*. Editorial Alienta, Madrid.

Palomo Vadillo M.T. (2013): *Liderazgo y motivación de equipos de trabajo*. Esic Editorial, Madrid.



1. Identificación de la asignatura/módulo.

Nombre	MÓDULO 4: ASPECTOS LEGALES Y VIABILIDAD DEL MODELO DE NEGOCIO		
Tipo:	Obligatoria	Nº total de créditos	3,2
Periodo	Mensual	Idioma	Español
COORDINADOR/A	TELÉFONO/EMAIL		UBICACIÓN
Pedro Lorca Fernández	985103902 plorca@uniovi.es		Facultad de Economía y Empresa
PROFESORADO	TELÉFONO/EMAIL		UBICACIÓN
Sara Cillero Rodríguez	sara.cillero@valnalon.com		VALNALÓN
Pedro Lorca Fernández	985103902 plorca@uniovi.es		Facultad de Economía y Empresa
Juan Ignacio Muñiz García	985103794 munizignacio@uniovi.es		Facultad de Economía y Empresa
José Pedreira Menéndez	985102832 pedreira@uniovi.es		Facultad de Derecho
Luis Manuel Piloñeta Alonso	985103924 piloneta@uniovi		Facultad de Derecho
José Pedreira Menéndez	985102832 pedreira@uniovi.es		Facultad de Derecho

2. Contextualización.

Este módulo se encuadra en el bloque II “Implementación del plan de negocio”, el cual desarrolla las claves para la elaboración de un plan de negocio o plan de empresa, herramienta de trabajo básica para poner en marcha cualquier iniciativa empresarial. El módulo tiene carácter obligatorio y se imparte una vez que los alumnos se han formado en la idea e innovación en los modelos de negocio, en el diseño del modelo de negocio y en el liderazgo y gestión de equipos. El itinerario lógico plantea avanzar en los aspectos legales de la constitución de la empresa, en el estudio de la viabilidad económica del proyecto y en un conocimiento del ecosistema emprendedor.

Se trata de aspectos esenciales para el desarrollo de la actividad emprendedora y deriva de aspectos que es preciso haber clarificado en los módulos anteriores. Debe partirse de un modelo de negocio definido y a partir de ahí proceder a su puesta en práctica. Por eso este módulo permite delimitar aspectos clave en esa dirección que luego se complementan en otros módulos del Curso, como los relativos a las estrategias, operaciones, innovación, marketing y el escalado, que serán objeto de estudio en posteriores módulos.

Los estudiantes que realicen la totalidad del curso experto ya habrán cursado el Bloque I, que les habrá permitido la obtención de una formación práctica orientada a (i) el diseño de ideas innovadoras y la resolución de todo tipo de retos desde un enfoque creativo, y (ii) el desarrollo de las ideas aplicando la metodología lean startup, que facilita las claves para diseñar y validar nuevos modelos de negocio de la forma más ágil y económica posible. Los estudiantes que cursen únicamente este segundo bloque, como microcredencial, aprenderán a desarrollar un plan de negocio a través del seguimiento de los módulos que lo integran.



3. Requisitos.

No se establecen requisitos previos para cursar este módulo distintos de los generales de acceso al curso experto o microcredencial correspondiente.

4. Resultados de aprendizaje.

El objetivo general del módulo es delimitar los conocimientos que se relacionan a continuación:

- Constitución de la empresa y normativa tributaria aplicable.
- Estudio de la viabilidad económica y financiera.
- Análisis de Inversión y financiación.
- Influencia de las competencias emprendedoras en la viabilidad de un modelo de negocio.

Al finalizar el módulo el alumno tiene que ser capaz de:

- Justificar la forma jurídica elegida más adecuada para llevar a cabo la actividad emprendedora.
- Describir los trámites mercantiles necesarios para llevar a cabo la constitución de la empresa.
- Explicar los trámites tributarios precisos al comenzar la actividad empresarial.
- Realizar un análisis básico de los estados financieros.
- Definir indicadores financieros relevantes para las empresas de recién constitución.
- Elaborar estados financieros previsionales.
- Valorar proyectos empresariales y seleccionar de entre diferentes posibilidades las más eficientes.
- Conocer el impacto de las competencias emprendedoras en la viabilidad de un proyecto empresarial.
- Identificar los componentes claves de la viabilidad técnica, comercial y económico financiera de un modelo de negocio y ver su aplicación en modelos de negocio a través de ejemplos reales.
- Conocer de manera general la plataforma VALNALONCREA de análisis de modelos de negocio y sus principales aplicaciones a través de proyectos reales.

5. Contenidos.

1. Cuestiones legales y fiscales en la constitución
 - 1.1. Justificación de la forma jurídica elegida
 - 1.2. Trámites mercantiles
 - 1.3. Trámites tributarios
2. Viabilidad económica y financiera
 - 2.1. Análisis de estados financieros
 - 2.2. Indicadores financieros
 - 2.3. Estados financieros previsionales
3. Inversión y financiación
 - 3.1. Valoración de proyectos empresariales
4. Influencia de las competencias emprendedoras en la viabilidad del modelo de negocio
 - 4.1. Viabilidad y supervivencia de un modelo de negocio
 - 4.2. Competencias emprendedoras (Entrecomp) y viabilidad empresarial
 - 4.3. Plataforma VALNALONCREA para el análisis de modelos de negocio



6. Metodología y plan de trabajo.

El desarrollo de la asignatura se estructura en torno a dos elementos:

1. Actividades presenciales, donde se transmitirá al alumnado los fundamentos conceptuales de los contenidos del módulo, ilustrando con ejemplos clarificadores los problemas de mayor relevancia. También se analizarán casos prácticos a través de modelos de negocio reales en la plataforma VALNALONCREA.

Se considera fundamental la asistencia a clase, en tanto en cuanto garantiza una adecuada transmisión de los conocimientos, sirviendo a la vez de orientación personal al estudiante.

2. Actividades no presenciales, en las que los/as alumnos/as deben preparar las actividades teóricas y prácticas, así como las tareas propuestas por el profesor/a: lecturas de los materiales recomendados, resolución de cuestiones teórico-prácticas, búsqueda y comentario de información actualizada (prensa, revistas especializadas) acerca de algún tema concreto relacionado con la asignatura, etc. Por otra parte, los alumnos deben ir aplicando los conocimientos adquiridos en el módulo a la realización del proyecto final en grupo.

MODALIDADES		Horas
Presencial	Clases Teóricas	24
	Seminarios	
	Clases Prácticas	
	Prácticas Externas	
	Tutorías	1
	Sesiones de evaluación	1
No presencial	Trabajo en Grupo	30
	Trabajo Individual	24
Total		80

7. Evaluación del aprendizaje de los estudiantes.

La evaluación será igual para todos los módulos, lo que es habitual en la Universidad de Oviedo en la rama de conocimiento desde la que se propone este título, y así lo avalan, por ejemplo, las memorias de verificación de los títulos de Grado en Administración y Dirección de Empresas y Grado en Economía. En concreto, la evaluación se realizará de acuerdo con los siguientes criterios:

1. El alumno deberá asistir puntualmente, al menos, al 80% de las clases presenciales.
2. Siempre que se cumpla la condición anterior, el alumno recibirá una nota que se ponderará en función de cada uno de los siguientes conceptos:
 - a) Participación en las clases presenciales y capacidad de resolución de los retos y/o actividades planteados en cada sesión. Los retos y actividades serán diseñados ad-hoc para permitir evaluar el grado de adquisición de los resultados de aprendizaje planteados en el módulo (25% de la nota final). Esto será evaluado a partir de los informes que emitan para cada módulo los profesores del curso.



- b) Prueba de evaluación objetiva que se realizará al finalizar el bloque en el que está integrado el módulo (25% de la nota final).
- c) Elaboración y presentación del proyecto final del curso. Esta presentación se realizará al finalizar el curso ante los directores del curso y al menos un coordinador de los diferentes módulos. Su puntuación tendrá un peso del 50% en la nota final.

Los alumnos que cursen este módulo como parte de la microcredencial prevista, aparte de tener que asistir al 80% de las clases, obtendrán el 100% de la nota a partir de los puntos a) y b), dado que no se contempla, para esos estudiantes, la elaboración y presentación de un proyecto final de curso.

8. Recursos, bibliografía y documentación complementaria.

LEGISLACIÓN:

Real Decreto 1514/2007, de 16 de noviembre, por el que se aprueba el Plan General de Contabilidad (BOE de 20 de noviembre de 2007).

Real Decreto 1515/2007, de 16 de noviembre, por el que se aprueba el Plan General de Contabilidad para PYMES (BOE de 21 de noviembre de 2007).

Ley 14/2013, de 27 de septiembre, de apoyo a los emprendedores y su internacionalización (BOE de 28 de septiembre de 2013).

Proyecto de Ley de fomento del ecosistema de las empresas emergentes (Ley de Startups). Aprobado en Consejo de Ministros de 10 de diciembre de 2021.

BIBLIOGRAFÍA BÁSICA:

Asorey, R. O. (2021): *Tributación de la economía digitalizada*. Thomson Reuters Aranzadi, Madrid.

Hoyos Iruarrizaga, J. Blanco Mendialdua, A. (2014): *Financiación del proceso emprendedor*. ESIC, Madrid.

Hoyos Iruarrizaga, J. Saiz Santos, M. (2014): *Business Angels. Los mecenas del ecosistema emprendedor*. ESIC, Madrid.

López Díaz, A. (Dir.) (2008): *Manual de contabilidad financiera*. Universitas, Madrid.

Montoya Alcocer, G.D. (2021): *La simplificación de trámites en la constitución de sociedades de capital El modelo de la sociedad express*. Dykinson, Madrid.

Varona Alabern, J.E. (Dir.) (2018): *La fiscalidad del emprendimiento*. Thomson Reuters Aranzadi, Madrid.

WEBS:

Agencia Tributaria: <https://sede.agenciatributaria.gob.es/>

ICO Empresas y Emprendedores: <https://www.ico.es/ico-empresas-y-emprendedores>

Instituto de Contabilidad y Auditoría de Cuentas (ICAC): <http://www.icac.meh.es>



Redes de Business Angels: <https://www.business-angel.es/redes-de-business-angels.html>

Registro Mercantil: <https://www.registradores.org/el-colegio/registro-mercantil>



1. Identificación de la asignatura/módulo.

Nombre	MÓDULO 5: EMPRENDIMIENTO INNOVADOR Y DE BASE TECNOLÓGICA		
Tipo:	Obligatoria	Nº total de créditos	1 ECTS
Periodo	Mensual	Idioma	Español
COORDINADOR/A	TELÉFONO/EMAIL		UBICACIÓN
Marta Fernández Barcala	985 10 28 09 mbarcala@uniovi.es		Facultad de Economía y Empresa
PROFESORADO	TELÉFONO/EMAIL		UBICACIÓN
Lydia Alonso Díaz	985 98 00 98 lydia@ceei.es		CEEI Asturias
Cristina Fanjul Alonso	cfanjul@ceei.es		CEEI Asturias
Belén Flecha Sors	belen@ceei.es		CEEI Asturias
Verónica Álvarez Ayora	veronica@ceei.es		CEEI Asturias

2. Contextualización.

Este módulo se encuadra en el bloque II “Implementación del plan de negocio”, el cual desarrolla las claves para la elaboración de un plan de negocio o plan de empresa, herramienta de trabajo básica para poner en marcha cualquier iniciativa empresarial. El módulo tiene carácter obligatorio y su objetivo es sensibilizar hacia el emprendimiento innovador, especialmente aquel de base tecnológica, como salida profesional, y ofrecer formación teórico-práctica en creación de empresas de base tecnológica de tipo spin-off.

Los estudiantes que realicen la totalidad del curso experto ya habrán cursado el Bloque I, que les habrá permitido la obtención de una formación práctica orientada a (i) el diseño de ideas innovadoras y la resolución de todo tipo de retos desde un enfoque creativo, y (ii) el desarrollo de las ideas aplicando la metodología lean startup, que facilita las claves para diseñar y validar nuevos modelos de negocio de la forma más ágil y económica posible. Los estudiantes que cursen únicamente este segundo bloque, como microcredencial, aprenderán a desarrollar un plan de negocio a través del seguimiento de los módulos que lo integran.

3. Requisitos.

No se establecen requisitos previos para cursar este módulo distintos de los generales de acceso al curso experto o microcredencial correspondiente.



4. Resultados de aprendizaje.

Los resultados de aprendizaje que obtendrán los estudiantes al superar este módulo son los siguientes:

- Identificar y analizar las capacidades que contribuyen al desarrollo y explotación exitosa de una idea empresarial de base tecnológica y realizar un análisis pre-viabilidad.
- Que adquieran conocimientos y desarrollen las habilidades necesarias para la correcta identificación y análisis de ideas empresariales potencialmente viables y exitosas.
- Que sean capaces de interiorizar los pasos para la creación de una empresa de base tecnológica, así como proporcionar las habilidades e instrumentos necesarios que les permita desarrollar en el futuro un Plan de Empresa, así como afrontar la creación, la gestión y la estrategia de la empresa.
- Que comprendan, manejen y sepan interpretar, a nivel básico, conceptos como EBT/spinoff y herramientas económico-financieras.
- Que conozcan los trámites, la legislación y las ayudas e incentivos que existen relacionados con la creación de empresas de base tecnológica y spin-offs.
- Ser capaz de estimar la financiación necesaria para desarrollar su proyecto de empresa y buscar fuentes de financiación.
- Demostrar conocimiento y aplicabilidad de los procedimientos de protección de la innovación en el ámbito empresarial.
- Conocer casos reales de empresas de base tecnológica asturianas

5. Contenidos.

1. Los agentes del ecosistema emprendedor innovador
 - 1.1. Incubadoras de empresas y programas de impulso
 - 1.2. Instrumentos de apoyo a la financiación
 - 1.3. Emprendimiento de base tecnológica: Startups
2. Factores clave para la creación de empresas de base tecnológica
 - 2.1. Competencias del emprendedor tecnológico.
 - 2.2. Valoración técnica y comercial de una tecnología.
 - 2.3. Protección de la innovación.

6. Metodología y plan de trabajo.

El desarrollo del módulo se estructura en torno a dos elementos:

1. Actividades presenciales, donde se intenta transmitir a los alumnos los fundamentos conceptuales, ilustrando con ejemplos clarificadores los aspectos más relevantes. En estas clases presenciales se combinará la lección magistral (para desarrollar los contenidos teóricos básicos, utilizando para ello las distintas tecnologías audiovisuales disponibles), con la realización de supuestos y actividades prácticas que permitan la participación individual o grupal del alumno.

Se considera fundamental la asistencia a clase, en tanto en cuanto garantiza una adecuada transmisión de los conocimientos, sirviendo a la vez de orientación personal al estudiante.

2. Actividades no presenciales, que conllevan, por una parte, un trabajo individual de los alumnos con el fin de asimilar los contenidos impartidos en las clases presenciales, pues serán evaluables a través de las pruebas de evaluación correspondientes. Por otra parte, los alumnos deben ir aplicando los conocimientos adquiridos en el módulo a la realización del proyecto final en grupo.



MODALIDADES		Horas
Presencial	Clases Teóricas	7,5
	Seminarios	
	Clases Prácticas	
	Prácticas Externas	
	Tutorías	1
	Sesiones de evaluación	1
No presencial	Trabajo en Grupo	7,5
	Trabajo Individual	8
Total		25

7. Evaluación del aprendizaje de los estudiantes.

La evaluación será igual para todos los módulos, lo que es habitual en la Universidad de Oviedo en la rama de conocimiento desde la que se propone este título, y así lo avalan, por ejemplo, las memorias de verificación de los títulos de Grado en Administración y Dirección de Empresas y Grado en Economía. En concreto, la evaluación se realizará de acuerdo con los siguientes criterios:

1. El alumno deberá asistir puntualmente, al menos, al 80% de las clases presenciales.
2. Siempre que se cumpla la condición anterior, el alumno recibirá una nota que se ponderará en función de cada uno de los siguientes conceptos:
 - a) Participación en las clases presenciales y capacidad de resolución de los retos y/o actividades planteados en cada sesión. Los retos y actividades serán diseñados ad-hoc para permitir evaluar el grado de adquisición de los resultados de aprendizaje planteados en el módulo (25% de la nota final). Esto será evaluado a partir de los informes que emitan para cada módulo los profesores del curso.
 - b) Prueba de evaluación objetiva que se realizará al finalizar el bloque en el que está integrado el módulo (25% de la nota final).
 - c) Elaboración y presentación del proyecto final del curso. Esta presentación se realizará al finalizar el curso ante los directores del curso y al menos un coordinador de los diferentes módulos. Su puntuación tendrá un peso del 50% en la nota final.

Los alumnos que cursen este módulo como parte de la microcredencial prevista, aparte de tener que asistir al 80% de las clases, obtendrán el 100% de la nota a partir de los puntos a) y b), dado que no se contempla, para esos estudiantes, la elaboración y presentación de un proyecto final de curso.

8. Recursos, bibliografía y documentación complementaria.

Se invitará a los alumnos acceder a través de la Red a:

Guía para la creación de empresas, plan de empresa y entorno legal:
<https://www.ceei.es/guia/edit/?r=hfsu7bcrk2cbbi535iz>



Vicerrectorado de Gestión Académica
Universidad de Oviedo

Web CEEI Asturias: www.ceei.es. Proyectos, publicaciones, enlaces de interés y cualquier otra información se encuentra en la página corporativa.



1. Identificación de la asignatura/módulo.

Nombre	MÓDULO 6: ESTRATEGIA Y OPERACIONES		
Tipo:	Obligatoria	Nº total de créditos	1,6 ECTS
Periodo	Mensual	Idioma	Español
COORDINADOR/A	TELÉFONO/EMAIL		UBICACIÓN
Vanesa Solís Rodríguez	985103703 solisvanesa@uniovi.es		Facultad de Economía y Empresa
PROFESORADO	TELÉFONO/EMAIL		UBICACIÓN
Fernández Barcala, Marta	985102809/mbarcala@uniovi.es		Facultad de Economía y Empresa
González Díaz, Manuel	985102807/mgdiaz@uniovi.es		Facultad de Economía y Empresa
López Bayón, Susana	985102813/sbayon@uniovi.es		Facultad de Economía y Empresa
Solís Rodríguez, Vanesa	985103703/solisvanesa@uniovi.es		Facultad de Economía y Empresa

2. Contextualización.

El objetivo del módulo “Estrategia y operaciones” es familiarizar al estudiante con los aspectos más relevantes de la Dirección estratégica y la Dirección de operaciones. Este módulo se encuadra en el Bloque II “Implementación del plan de negocio”, el cual desarrolla las claves para la elaboración de un plan de negocio o plan de empresa, herramienta de trabajo básica para poner en marcha cualquier iniciativa empresarial. El módulo tiene carácter obligatorio y en él se desarrollarán elementos nucleares del plan de negocio, como son: (i) el análisis del entorno, la estrategia competitiva, y las vías de crecimiento; y (ii) el plan de operaciones de la empresa.

Los estudiantes que realicen la totalidad del curso experto ya habrán cursado el Bloque I, que les habrá permitido la obtención de una formación práctica orientada a (i) el diseño de ideas innovadoras y la resolución de todo tipo de retos desde un enfoque creativo, y (ii) el desarrollo de las ideas aplicando la metodología lean *startup*, que facilita las claves para diseñar y validar nuevos modelos de negocio de la forma más ágil y económica posible. Los estudiantes que cursen únicamente este segundo bloque, como microcredencial, aprenderán a desarrollar un plan de negocio a través del seguimiento de los módulos que lo integran.

3. Requisitos.

No se establecen requisitos previos para cursar este módulo distintos de los generales de acceso al curso experto o microcredencial correspondiente.

4. Resultados de aprendizaje.

Los resultados de aprendizaje que obtendrán los estudiantes al superar este módulo son los siguientes:



- Identificar las oportunidades y amenazas derivadas del entorno en el que se desenvuelven las empresas.
- Valorar las alternativas estratégicas que una empresa puede seguir y seleccionar la más adecuada para cada negocio.
- Analizar los aspectos relativos al crecimiento empresarial y tomar las decisiones adecuadas.
- Formular la estrategia de operaciones teniendo en cuenta su inserción en el proceso de planificación estratégica de la empresa.
- Conocer las principales decisiones relacionadas con el área de operaciones de la empresa.
- Formular y desarrollar proyectos empresariales.

5. Contenidos.

1. Dirección estratégica
 - 1.1. Análisis externo: entorno general y específico
 - 1.2. Análisis interno: recursos y capacidades
 - 1.3. Creación de valor y ventaja competitiva
 - 1.4. Estrategias para gestionar el crecimiento
2. Dirección de operaciones
 - 2.1. La estrategia de operaciones
 - 2.2. Decisiones de operaciones

6. Metodología y plan de trabajo.

El desarrollo del módulo se estructura en torno a dos elementos:

1. Actividades presenciales, donde se intenta transmitir a los alumnos los fundamentos conceptuales, ilustrando con ejemplos clarificadores los aspectos más relevantes. En estas clases presenciales se combinará la lección magistral (para desarrollar los contenidos teóricos básicos, utilizando para ello las distintas tecnologías audiovisuales disponibles), con la realización de supuestos y actividades prácticas que permitan la participación individual o grupal del alumno.
Se considera fundamental la asistencia a clase, en tanto en cuanto garantiza una adecuada transmisión de los conocimientos, sirviendo a la vez de orientación personal al estudiante.
2. Actividades no presenciales, que conllevan, por una parte, un trabajo individual de los alumnos con el fin de asimilar los contenidos impartidos en las clases presenciales, pues serán evaluables a través de las pruebas de evaluación correspondientes. Por otra parte, los alumnos deben ir aplicando los conocimientos adquiridos en el módulo a la realización del proyecto final en grupo.

MODALIDADES		Horas
Presencial	Clases Teóricas	12
	Seminarios	
	Clases Prácticas	
	Prácticas Externas	
	Tutorías	1



MODALIDADES		Horas
	Sesiones de evaluación	1
No presencial	Trabajo en Grupo	13
	Trabajo Individual	13
Total		40

7. Evaluación del aprendizaje de los estudiantes.

La evaluación será igual para todos los módulos, lo que es habitual en la Universidad de Oviedo en la rama de conocimiento desde la que se propone este título, y así lo avalan, por ejemplo, las memorias de verificación de los títulos de Grado en Administración y Dirección de Empresas y Grado en Economía. En concreto, la evaluación se realizará de acuerdo con los siguientes criterios:

1. El alumno deberá asistir puntualmente, al menos, al 80% de las clases presenciales.
2. Siempre que se cumpla la condición anterior, el alumno recibirá una nota que se ponderará en función de cada uno de los siguientes conceptos:
 - a) Participación en las clases presenciales y capacidad de resolución de los retos y/o actividades planteados en cada sesión. Los retos y actividades serán diseñados ad-hoc para permitir evaluar el grado de adquisición de los resultados de aprendizaje planteados en el módulo (25% de la nota final). Esto será evaluado a partir de los informes que emitan para cada módulo los profesores del curso.
 - b) Prueba de evaluación objetiva que se realizará al finalizar el bloque en el que está integrado el módulo (25% de la nota final).
 - c) Elaboración y presentación del proyecto final del curso. Esta presentación se realizará al finalizar el curso ante los directores del curso y al menos un coordinador de los diferentes módulos. Su puntuación tendrá un peso del 50% en la nota final.

Los alumnos que cursen este módulo como parte de la microcredencial prevista, aparte de tener que asistir al 80% de las clases, obtendrán el 100% de la nota a partir de los puntos a) y b), dado que no se contempla, para esos estudiantes, la elaboración y presentación de un proyecto final de curso.

8. Recursos, bibliografía y documentación complementaria.

Cuervo García, A. (director) (2008): *Introducción a la administración de empresas*. 6ª ed., Civitas, Madrid.

Fernández Sánchez, E.; Avella Camarero, L. y Fernández Barcala, M. (2020): *Administración de la producción. Enfoque estratégico*. Pirámide, Madrid.

Rodríguez Márquez, A., Nieto, M. J., Fernández, Z., Revilla Torrejón, Z. (2014): *Manual de creación de empresas. De la oportunidad a la puesta en marcha*. Civitas - Thomson Reuters, Pamplona.

Ventura Victoria, J. (2008): *Análisis estratégico de la empresa*. Paraninfo Cengage Learning, Madrid.



1. Identificación del módulo.

Nombre	MÓDULO 7: MARKETING Y ESCALADO		
Tipo:	Obligatoria	Nº total de créditos	2 ECTS
Periodo	Mensual	Idioma	Castellano
COORDINADOR/A	TELÉFONO/EMAIL		UBICACIÓN
Begoña Álvarez Álvarez Nuria García Rodríguez	985186930/(mbalvarez@uniovi.es) 985106207/(nuriagr@uniovi.es)		Facultad de Economía y Empresa Edificio Departamental Planta 3ª, ala 4, nº 2.
PROFESORADO	TELÉFONO/EMAIL		UBICACIÓN
Begoña Álvarez Álvarez	985186930/ mbalvarez@uniovi.es		Facultad de Economía y Empresa Edificio Departamental
Nuria García Rodríguez	985106207/ nuriagr@uniovi.es		Facultad de Economía y Empresa Edificio Departamental
Víctor Iglesias Argüelles	985104853/ viglesia@uniovi.es		Facultad de Economía y Empresa Edificio Departamental
Nuria Viejo Fernández	985106210/ nuriavjf@uniovi.es		Facultad de Economía y Empresa Edificio Departamental
Marcos Álvarez Orozco	alvarez-orozco@yahoo.es		Retail Consulting
Daniel Puente Berdasco	daniel@puente.eu		Eurocolegios Casvi

2. Contextualización.

Este módulo se encuadra en el Bloque II “Implementación del plan de negocio”, el cual desarrolla las claves para la elaboración de un plan de negocio o plan de empresa, herramienta de trabajo básica para poner en marcha cualquier iniciativa empresarial. Este módulo pone de manifiesto la importancia de los datos como un recurso valioso durante todo el proceso emprendedor, de forma que el alumno sea consciente de la importancia actual de adoptar un enfoque centrado en el cliente. En concreto, se abordan las principales técnicas de recogida de información que posibilitan el conocimiento y análisis del consumidor y de su entorno, prestando especial importancia a las herramientas más actuales, como las digitales, Big Data o neuromarketing, entre otras. La presencia de un cliente omnicanal requerirá del desarrollo de un plan de marketing bajo un enfoque integrado (*blended marketing*) que contemple ambos ámbitos, offline y online, desde la definición de objetivos y la formulación de estrategias hasta el correspondiente plan de acción y posterior control de resultados (KPIs).

Los estudiantes que realicen la totalidad del curso experto ya habrán cursado el Bloque I, que les habrá permitido la obtención de una formación práctica orientada a (i) el diseño de ideas innovadoras y la resolución de todo tipo de retos desde un enfoque creativo, y (ii) el desarrollo de las ideas aplicando la metodología lean *startup*, que facilita las claves para diseñar y validar



nuevos modelos de negocio de la forma más ágil y económica posible. Los estudiantes que cursen únicamente este segundo bloque, como microcredencial, aprenderán a desarrollar un plan de negocio a través del seguimiento de los módulos que lo integran.

3. Requisitos.

No se establecen requisitos previos para cursar este módulo distintos de los generales de acceso al curso experto o microcredencial correspondiente.

4. Resultados de aprendizaje.

Al finalizar el módulo el estudiante deberá ser capaz de:

- Comprender el papel del conocimiento y la información en las decisiones de marketing.
- Desarrollar estudios de mercados en todas sus fases. Recogida de información, análisis de resultados, elaboración del informe final.
- Emitir informes de asesoramiento sobre situaciones concretas de empresas y mercados en materia de producto, distribución, precio y comunicación.

5. Contenidos.

1. Técnicas de investigación de mercados, cuantitativas y cualitativas. Técnicas digitales.
2. Investigación de usuarios desde la etnografía y el neuromarketing
3. Plan de marketing offline y plan de marketing digital.
4. Análisis de la situación actual offline y online y fijación de objetivos SMART.
5. Estrategias de marketing: segmentación, branding/posicionamiento, selección de canales y puntos de contacto con el cliente y de creación de valor para el cliente.
6. La venta online dentro de una estrategia omnicanal.
7. Plan de acción, monitorización y control de resultados.

6. Metodología y plan de trabajo.

La metodología que se aplicará en este módulo será similar a la seguida en los anteriores: clase teóricas, actividades prácticas, trabajo individual/grupo en el aula y trabajo individual/grupo fuera del aula. El desarrollo habitual de las clases será complementado con la celebración de seminarios impartidos por expertos planes de acción y medición de resultados (KPIs).

MODALIDADES		Horas
Presencial	Clases Teóricas	15
	Seminarios	
	Clases Prácticas	
	Prácticas Externas	
	Tutorías	1
	Sesiones de evaluación	1
No presencial	Trabajo en Grupo	20



MODALIDADES		Horas
	Trabajo Individual	13
	Total	50

7. Evaluación del aprendizaje de los estudiantes.

La evaluación será igual para todos los módulos, lo que es habitual en la Universidad de Oviedo en la rama de conocimiento desde la que se propone este título, y así lo avalan, por ejemplo, las memorias de verificación de los títulos de Grado en Administración y Dirección de Empresas y Grado en Economía. En concreto, la evaluación se realizará de acuerdo con los siguientes criterios:

1. El alumno deberá asistir puntualmente, al menos, al 80% de las clases presenciales.
2. Siempre que se cumpla la condición anterior, el alumno recibirá una nota que se ponderará en función de cada uno de los siguientes conceptos:
 - a) Participación en las clases presenciales y capacidad de resolución de los retos y/o actividades planteados en cada sesión. Los retos y actividades serán diseñados ad-hoc para permitir evaluar el grado de adquisición de los resultados de aprendizaje planteados en el módulo (25% de la nota final). Esto será evaluado a partir de los informes que emitan para cada módulo los profesores del curso.
 - b) Prueba de evaluación objetiva que se realizará al finalizar el bloque en el que está integrado el módulo (25% de la nota final).
 - c) Elaboración y presentación del proyecto final del curso. Esta presentación se realizará al finalizar el curso ante los directores del curso y al menos un coordinador de los diferentes módulos. Su puntuación tendrá un peso del 50% en la nota final.

Los alumnos que cursen este módulo como parte de la microcredencial prevista, aparte de tener que asistir al 80% de las clases, obtendrán el 100% de la nota a partir de los puntos a) y b), dado que no se contempla, para esos estudiantes, la elaboración y presentación de un proyecto final de curso.

8. Recursos, bibliografía y documentación complementaria.

Alcaide, J. C. y Díez, M. (2019). *Customer experience*. ESIC Editorial. Madrid.

Alonso Coto, M., Martín Borowiecka, S. (2014): *El plan de social media marketing. Me gusta compartir para vender*. Pearson.

Álvarez Orozco, M. (2016). *Customer experience: La fórmula del éxito para enamorar clientes*. Profit Editorial. Barcelona.

Álvarez, Orozco, M. (2021): *Retail Scorecard: El cuadro de mando del comercio omnicanal*. Profit Editorial. Barcelona.

Arif, N. (2019). *Customer Experience: 22 international CX professionals share their current strategies for achieving impact and visibility using best practice CX*. Writing Matters Publishing.

Asociación para el Desarrollo del Cliente: <https://asociaciondec.org/>



- Chaffey, D., Ellis-Chadwick, F. (2014): *Marketing digital*. 5ª Edición. Pearson. México. Hay 7ª edición en versión inglesa de 2019.
- Escribano Arrechea, J. (2012): *Vender en Internet. Las claves del éxito*. Anaya. Madrid.
- Kaushik, A. (2011): *Analítica Web 2.0: El arte de analizar resultados y la ciencia de centrarse en el cliente*. Gestión 2000. Madrid.
- Laudon, K. C. y Traver, C. G. (2019): *E-commerce 2019. Business, technology, society* (15ª ed.). Pearson.
- Liberos, E. y otros (2011): *El libro del comercio electrónico*. ESIC Editorial. Madrid.
- Maciá Domene, F. (2018): *Estrategias de marketing digital*. Anaya. Madrid.
- Maciá Domene, F. (2020): *SEO Avanzado. Casi todo lo que sé sobre posicionamiento web*. Anaya. Madrid.
- Maciá Domene, F., Gosende Grela, J. (2012): *Posicionamiento en buscadores. Edición 2012*. Anaya. Madrid.
- Muñoz, G., Elósegui, T. (2011): *El arte de medir. Manual de analítica web*. Profit editorial. Barcelona.
- Neuromarketing Science and Business Association (NMSBA): <https://www.nmsba.com/>
- Polo Hernanz, F. (2012): *Socialholic: Todo lo que necesitas saber sobre marketing en medios sociales*. Gestión 2000. Madrid.



1. Identificación del módulo.

Nombre	MÓDULO 8: TRABAJO FINAL		
Tipo:	Obligatoria	Nº total de créditos	3 ECTS
Periodo	Semestral	Idioma	Castellano
COORDINADOR/A	TELÉFONO/EMAIL		UBICACIÓN
Marta Fernández Barcala Vanesa Solís Rodríguez	985102809/mbarcala@uniovi.es 985103703/solisvanesa@uniovi.es		Facultad de Economía y Empresa
PROFESORADO	TELÉFONO/EMAIL		UBICACIÓN
Todos los profesores del curso experto aportarán información y pistas para la elaboración del trabajo final a lo largo de los módulos previos	Consultar resto de módulos		Consultar resto de módulos

2. Contextualización.

Este módulo se encuadra al final del curso experto y consistirá en la elaboración de un proyecto en grupo de carácter interdisciplinar, que permitirá integrar los conocimientos relacionados con la totalidad de los módulos anteriores. El Trabajo se realizará bajo la orientación de uno o varios tutores académicos, cuya labor será dinamizar y facilitar el proceso de aprendizaje. El Trabajo en su versión escrita deberá incluir un resumen en inglés y deberá ser defendido en sesión pública ante un Tribunal formado por las directoras del curso y un coordinador de uno de los módulos.

3. Requisitos.

No se establecen requisitos previos para cursar este módulo distintos de los generales de acceso al curso experto. Por supuesto, es de esperar, para una correcta realización del trabajo, que el alumno haya interiorizado las capacidades potenciadas en todos los módulos anteriores.

4. Resultados de aprendizaje.

Al finalizar el módulo el estudiante deberá ser capaz de:

- Integrar los conocimientos y competencias adquiridos en el curso experto y aplicarlos en contextos profesionales concretos.
- Definir y organizar los contenidos de un proyecto que integre los conocimientos y competencias adquiridos en el curso experto.
- Elaborar una memoria y defender en público de forma clara y coherente los resultados del Trabajo Final.

5. Contenidos.

Los contenidos del Trabajo Final consistirán en la elaboración de una propuesta sobre una idea de negocio y el plan para implementar la misma.



6. Metodología y plan de trabajo.

Este es el único módulo en el que la metodología será diferente. Así, el mayor peso será trabajo individual, y especialmente en grupo. No obstante, se planificarán varias tutorías a lo largo del curso con el tutor o tutores para el seguimiento de la actividad.

MODALIDADES		Horas
Presencial	Clases Teóricas	
	Seminarios	
	Clases Prácticas	
	Prácticas Externas	
	Tutorías	4
	Sesiones de evaluación	1
No presencial	Trabajo en Grupo	50
	Trabajo Individual	20
Total		75

7. Evaluación del aprendizaje de los estudiantes.

La elaboración y presentación del Trabajo Final tendrá un peso del 50% en la nota final. Como requisito previo el alumno deberá asistir puntualmente, al menos, al 80% de las clases presenciales de todos los módulos.

En la evaluación de este proyecto final se tendrá en cuenta a) el contenido del trabajo escrito y b) su presentación oral. En el trabajo escrito se valorarán, tanto la estructura formal y organizativa del trabajo, como la calidad de su contenido. En la presentación oral, se valorarán los siguientes aspectos: i) la capacidad expositiva y la capacidad de síntesis, ii) la competencia y dominio del alumno en la aplicación de los conocimientos adquiridos al caso presentado, iii) su competencia lingüística para transmitir la información y discutir contenidos.

Es importante señalar que, aunque se trate de un trabajo en grupo, los miembros de un mismo equipo pueden recibir calificaciones diferentes en función de la calidad de su presentación y del dominio demostrado durante la misma sobre los contenidos clave del curso, así como de la declaración que hagan los miembros del equipo respecto de la contribución individual de cada uno de sus integrantes.

Los alumnos que cursen alguna de las microcredenciales previstas no tendrán que elaborar ni presentar el proyecto final de curso.

8. Recursos, bibliografía y documentación complementaria.

La bibliografía señalada en los módulos anteriores será la recomendada para la elaboración del Trabajo Final.