Estrategia para emprendedores

Curso Académico: (2019 / 2020) **Fecha de revisión: 23-10-2019**

Departamento asignado a la asignatura: Departamento de Ingeniería Mecánica

Coordinador/a: NIETO SANCHEZ, MARIA JESUS

Tipo: Obligatoria Créditos ECTS : 6.0

Curso : 1 Cuatrimestre : 1

OBJETIVOS

La materia está diseñada para que el estudiante desarrolle una comprensión avanzada de la problemática estratégica a la que se enfrenta el emprendedor ante la puesta en marcha de un proyecto empresarial. Más concretamente, se adquirirán las siguientes competencias:
- Capacidad para comprender, analizar y resolver problemas complejos relacionados con la puesta en funcionamiento, la expansión y la consolidación de un proyecto empresarial, a partir de un conocimiento amplio de los instrumentos avanzados de la dirección de empresas.
- Capacidad para analizar, seleccionar e implantar estrategias empresariales adecuadas que contribuyan al éxito de los proyectos empresariales.
- Capacidad para analizar y gestionar con éxito los problemas que se derivan de la expansión, desarrollo y consolidación de la nueva empresa.
- Capacidad para analizar críticamente las políticas públicas de fomento de la actividad emprendedora, siendo capaz de hacer un uso eficiente de los mecanismos de apoyo puestos a disposición del emprendedor por parte de las distintas instituciones públicas.
- Capacidad para comprender los fundamentos de las actividad emprendedora, los principales determinantes de su desarrollo y sus resultados

DESCRIPCIÓN DE CONTENIDOS: PROGRAMA

Esta materia presenta los principales marcos de análisis para la evaluación y adopción de decisiones estratégicas para la puesta en marcha de un proyecto empresarial. Se presta especial atención, por tanto, a los problemas específicos de las empresas nuevas y/o de reducida dimensión. La materia cubre, entre otros, los siguientes contenidos:

1. Introducción
El papel de la estrategia en el plan de empresa
Definición del proyecto empresarial
Las decisiones estratégicas en condiciones de alta incertidumbre

2. Búsqueda de oportunidades estratégicas
La propuesta de valor de un proyecto empresarial
Oportunidades en el mercado de productos
Oportunidades en el mercado de factores: recursos y ventaja competitiva
- La gestión dinámica de los recursos como origen de la ventaja competitiva
- Las competencias emprendedoras como recursos clave para la empresa

3. Desarrollo de una ventaja competitiva
Ventaja competitiva y estrategia competitiva
Estrategia competitiva y etapas del sector
La innovación como ventaja competitiva

4. Estrategias para gestionar el crecimiento
La expansión y consolidación del proyecto empresarial
La internacionalización como reto para el emprendedor
Mecanismos para superar las barreras a la expansión de la empresa: el papel de la cooperación
Estrategias de salida

ACTIVIDADES FORMATIVAS, METODOLOGÍA A UTILIZAR Y RÉGIMEN DE TUTORÍAS

a) Clases teóricas:
Metodología: Clases magistrales con soporte de medios informáticos y audiovisuales, en las que se desarrollan los conceptos principales de la materia y se proporciona la bibliografía para complementar el aprendizaje de los alumnos.

b) Clases prácticas:
Metodología: Discusión durante las clases, bajo la moderación del profesor, de temas de actualidad empresarial que estén relacionados con el contenido de la materia, así como de casos prácticos que serán preparados por los alumnos con anterioridad a la clase. Los textos que se empleen estarán basados en su totalidad en ejemplo de organizaciones emprendedoras y en casos reales que aborden la concepción y lanzamiento de nuevas empresas.

c) Tutorías:
Metodología: Discusión y resolución de dudas, cuestiones y temas planteados por los alumnos, bien colectivamente en el aula, bien de forma individualizada fuera de ella.

d) Examen:
Metodología: Redacción de un examen escrito en el que se responderá a una serie de cuestiones de tipo teórico y práctico sobre el contenido de la asignatura.

a) Resolución de supuestos prácticos:
Metodología: Lectura de supuestos prácticos extraídos de la realidad empresarial, sobre los cuales se formularán preguntas relacionadas con el contenido de la asignatura, que deberán ser preparadas y resueltas en equipo, para su entrega por escrito y su posterior discusión en clase.

b) Lecturas de textos:
Metodología: Lectura crítica de textos recomendados por el profesor de la asignatura: artículos de prensa, informes, manuales y/o artículos académicos, bien para su posterior discusión en clase, bien para ampliar y consolidar los conocimientos de la asignatura.

c) Estudio:
Metodología: Trabajo autónomo de los alumnos.

SISTEMA DE EVALUACIÓN

Se establecen tres elementos de evaluación de los estudiantes, dirigidos a verificar la adquisición de las competencias citadas anteriormente:
Participación en clase (20%)
Resolución de casos prácticos en equipo (30%)
Examen final de carácter teórico y aplicado (50%).Se debe alcanzar un mínimo de 4/10 para tener en cuenta la evaluación continua

El sistema de evaluación es el mismo en la convocatoria ordinaria y extraordinaria.

Peso porcentual del Examen Final:	50
Peso porcentual del resto de la evaluación:	50

BIBLIOGRAFÍA BÁSICA

- Rodríguez Márquez, A., Nieto, M.J, Fernández, Z., Revilla Torrejón, A. Manual de creación de empresas. De la oportunidad a la puesta en marcha, Civitas, 2014

BIBLIOGRAFÍA COMPLEMENTARIA

- Grant, R. Dirección Estratégica. , Civitas. , 2014 (8 edición)

- Hisrich, R., Peters, M. y Shepherd, D. Entrepreneurship, McGrawHill, 2013

- Johnson, G., Scholes, K. y Whittington, R. Fundamentos de Estrategia. , Pearson-Prentice Hall, 2010

- Navas, J.E. y Guerras, L.A Fundamentos de Dirección estratégica. , Civitas, 2016