



Innovación y creación
de empresas
Grado en Turismo



UNIVERSIDAD
NEBRIJA

GUÍA DOCENTE

Asignatura: Innovación y creación de empresas

Titulación: Grado en Turismo

Carácter: Optativa

Idioma: Castellano

Modalidad: Presencial

Créditos: 6

Curso: 3º

Semestre: 2º

Profesores/Equipo Docente: Prof. Dr. Helena López-Casares Pertusa

1. COMPETENCIAS Y RESULTADOS DE APRENDIZAJE

Competencias generales

CG 1. Capacidad de gestión de cualquier tipo de información

CG 2. Motivación por la calidad de los servicios prestados

CG 3. Compromiso ético con los clientes y las empresas

CG 4. Capacidad para la solución de problemas

CG 5. Adaptación a nuevas situaciones y estados de crisis

CG 7. Desarrollo de trabajo en equipo

Competencias específicas

CE 2. Analizar la dimensión económica del turismo. Saber reconocer cual es el alcance económico de las actividades turísticas en el mundo empresarial y social.

CE 7. Gestionar los recursos financieros en cuanto al desarrollo y explotación de las empresas turísticas. Conocer las principales fuentes de financiación que permitan tomar decisiones en las inversiones de una actividad turística. Aplicar una adecuada metodología para la planificación y gestión financiera de una empresa del sector.

CE 9. Dirección, organización y gestión de entidades turísticas. Conocer y manejar con soltura los conceptos relativos a la creación, dirección e innovación de la empresa turística así como sus distintos modelos. Ser capaz de planificar y organizar los diferentes departamentos de una empresa aplicando los principios básicos de la dirección estratégica empresarial.

CE 14. Gestionar el crecimiento turístico bajo los condicionantes del desarrollo sostenible. Conocer los principios básicos de la sostenibilidad. Relacionar estos conocimientos con la actividad turística diseñando estrategias de desarrollo turístico sostenible

1.3. Resultados de aprendizaje

Comprensión de los conceptos fundamentales relacionados con la estructura y la organización empresarial, las funciones directivas, la gestión de los recursos humanos y los procesos de toma de decisiones, así como capacidad para analizar e interpretar el entorno empresarial y de mercado. Estos conocimientos, habilidades y competencias se demostrarán mediante el desarrollo de las distintas áreas de un plan de negocio y a través de la superación de las pruebas finales, ordinaria y extraordinaria.

2. CONTENIDOS

2.1. Requisitos previos

Ninguno.

2.2. Descripción de los contenidos

Descripción y aplicación práctica de la metodología necesaria para llevar a cabo una actividad de Investigación, Desarrollo e Innovación (I+D+i) en la empresa y la preparación de un Plan de Negocio en torno a las nuevas ideas desarrolladas.

La dirección y gestión de proyectos de I+D+i.

Áreas idóneas en las que enfocar la actividad de I+D+i.

La investigación de mercados como elemento orientador de la actividad en I+D+i.

Contraste y validación de ideas originarias de nuevos negocios.

La figura del emprendedor y la oportunidad de negocio.

La decisión de crear una empresa

Factores de éxito y fracaso en la creación de empresas

El plan de Empresa

Elección de la forma jurídica

Trámites administrativos para la constitución de la nueva empresa

Políticas públicas de fomento y ayuda a la creación de empresas

2.3. Contenido detallado

Presentación de la asignatura.

Explicación de la Guía Docente.

Módulo 1.- Investigación, desarrollo e innovación

La mentalidad de innovación

Áreas idóneas en las que enfocar la actividad de I+D+i.

Herramientas de investigación de mercados como elemento orientador de la actividad en I+D+i.

La dirección y gestión de proyectos de I+D+i.

Módulo 2.- Creación de oportunidades

La cultura corporativa de la innovación

Inteligencia, innovación y creatividad en la empresa

Visión y proceso de creación de ideas

Confirmación y validación de ideas de negocio

Módulo 3.- El emprendedor

La figura del emprendedor

Factores de éxito y fracaso en la creación de empresas

Competencias empresariales de la nueva era.

Módulo 4.- Herramientas y decisiones para la creación de empresas

El plan de Empresa

Elección de la forma jurídica y sus trámites

El ciclo de vida organizacional

Herramientas para la toma de decisiones

2.4. Actividades Dirigidas

Durante el curso se podrán desarrollar algunas de las actividades, prácticas, memorias o proyectos siguientes, u otras de objetivos o naturaleza similares:

Actividad Dirigida 1 (AD1): *Investigación de sectores para detectar áreas de innovación.* Los alumnos tendrán que investigar los sectores propuestos en clase para detectar oportunidades de innovación acorde a las tendencias y cambios de la sociedad.

Actividad Dirigida 2 (AD2): *Análisis de empresas que han generado valor a la sociedad/comunidad con un modelos de negocio originales.* Divididos en grupos de entre 3 y 5 personas, los alumnos

deberán investigar qué empresas han creado nuevas oportunidades de negocio y cómo han influido en su entorno.

Actividad Dirigida 3 (AD3): *Localización de figuras de empresarios exitosos*. Los alumnos escogerán un empresario y analizarán sus éxitos y fracasos desde el punto de vista de aprendizajes.

Actividad Dirigida 4 (AD4): *Creación de líneas maestras de un plan de empresa*. Se escogerán modelos de empresa y se elaborará un plan de empresa con las líneas maestras básicas.

2.5. Actividades formativas

ACTIVIDAD FORMATIVA	HORAS	PRESENCIALIDAD
Clases de taller teórico- prácticas	45	30
Tutorías	10	6.6
Estudio Individual	45	30
Trabajo de asignatura	50	33.3

3. SISTEMA DE EVALUACIÓN

3.1. Sistema de calificaciones

El sistema de calificaciones finales se expresará numéricamente del siguiente modo:

- 0 - 4,9 Suspenso (SS)
- 5,0 - 6,9 Aprobado (AP)
- 7,0 - 8,9 Notable (NT)
- 9,0 - 10 Sobresaliente (SB)

La mención de "matrícula de honor" podrá ser otorgada a alumnos que hayan obtenido una calificación igual o superior a 9,0.

3.2. Criterios de evaluación

Convocatoria ordinaria

Sistemas de evaluación	Porcentaje
Asistencia y participación en clase	10%
Presentación de trabajos y proyectos (Prácticas individuales y trabajo en equipo)	30%
Prueba parcial (escrita/presentación trabajo)	10%
Examen final o trabajo final presencial	50%

Convocatoria extraordinaria

Sistemas de evaluación	Porcentaje
Presentación de trabajos y proyectos (Prácticas individuales y trabajo en equipo)	30%
Examen final o trabajo final presencial	70%

3.3. Restricciones

Calificación mínima

Para poder hacer media con las ponderaciones anteriores es necesario obtener al menos una calificación de 5 en la prueba final.

Asistencia

El alumno que, injustificadamente, deje de asistir a más de un 25% de las clases presenciales podrá verse privado del derecho a examinarse en la convocatoria ordinaria.

Normas de escritura

Se prestará especial atención en los trabajos, prácticas y proyectos escritos, así como en los exámenes tanto a la presentación como al contenido, cuidando los aspectos gramaticales y ortográficos. El no cumplimiento de los mínimos aceptables puede ocasionar que se resten puntos en dicho trabajo.

3.4. Advertencia sobre plagio

La Universidad Antonio de Nebrija no tolerará en ningún caso el plagio o copia. Se considerará plagio la reproducción de párrafos a partir de textos de auditoría distinta a la del estudiante (Internet, libros, artículos, trabajos de compañeros...), cuando no se cite la fuente original de la que provienen. El uso de las citas no puede ser indiscriminado. El plagio es un delito.

En caso de detectarse este tipo de prácticas, se considerará Falta Grave y se podrá aplicar la sanción prevista en el Reglamento del Alumno.

4. BIBLIOGRAFÍA

Bibliografía básica

- SCHILLING, M. (2008) Dirección estratégica de la innovación tecnológica. McGraw-Hill.
- RIES, E. El método Lean startup. Deusto.
- OSTERWALDER, A. PIGNEUR, Y. Generación de modelos de negocio. Deusto.
- HISRICH, R.D. PETERS, M.P. SHEPHERD, D.A. (2005) Entrepreneurship Madrid: McGraw- Hill.

Bibliografía recomendada

- BENAVIDES, C.A. (1998) Tecnología, innovación y empresa. Madrid: Pirámide.
- BLANK, S. DORF, B. (2000) El manual del emprendedor. Gestión 2000.
- FERNANDEZ, E. (2005) Estrategia de innovación. Madrid: Paraninfo.
- KURATKO, D.F. HODGETTS, R. M. (2004) Entrepreneurship. Thompson South Western.
- CHESBROUGH, H. (2011). Open services innovation. San Francisco: Jossey Bass.
- WEISS, D. LEGRAND, C. (2011). Innovative intelligence. Wiley & Sons.