

Emprendimiento e Innovación

Código: 104956
Créditos ECTS: 3

Titulación	Tipo	Curso	Semestre
2500894 Turismo	OT	4	0

La metodología docente y la evaluación propuestas en la guía pueden experimentar alguna modificación en función de las restricciones a la presencialidad que impongan las autoridades sanitarias.

Contacto

Nombre: Sebastián Aparicio
Correo electrónico: Sebastian.Aparicio@uab.cat

Uso de idiomas

Lengua vehicular mayoritaria: inglés (eng)
Algún grupo íntegramente en inglés: Sí
Algún grupo íntegramente en catalán: No
Algún grupo íntegramente en español: No

Otras observaciones sobre los idiomas

Idioma en que se imparte: Inglés

Equipo docente

Andreu Turró Sol

Prerequisitos

No hay prerequisites

Objetivos y contextualización

Esta asignatura se enmarca dentro del grupo de asignaturas del Grado de Turismo que tienen que ver con la gestión de empresas (contabilidad, dirección comercial, dirección financiera, etc.), pero en este caso con la transversalidad que representan los contenidos sobre Emprendimiento y concretamente sobre Creación de empresas e Innovación en el ámbito del sector turístico. El enfoque de la asignatura es muy práctico y se pretende que los contenidos teóricos se apliquen en forma de ejercicios, simulaciones de casos, así como en otras actividades emprendedoras complementarias.

Al finalizar la asignatura el/la alumno/a será capaz de:

1. Conocer los modelos teóricos más relevantes y los conceptos claves sobre emprendimiento y creación de empresas.
2. Conocer el proceso de creación de empresas: de la generación de la idea al proyecto empresarial.
3. Conocer las características del empresariado y los recursos necesarios para emprender.
4. Comprender y saber aplicar los mencionados conocimientos para llevar a cabo un proyecto emprendedor.

Competencias

- Demostrar iniciativa y actitud emprendedora en la creación y gestión de empresas del sector turístico.
- Demostrar un comportamiento responsable con el medioambiente.
- Demostrar un comportamiento ético y de adaptación a distintos contextos interculturales.
- Desarrollar una capacidad de aprendizaje de forma autónoma.
- Gestionar los conceptos relacionados con la planificación y la comercialización de destinos, recursos y espacios turísticos así como sus instrumentos y funcionamiento.
- Manejar las técnicas de comunicación a todos los niveles.
- Planificar, organizar y coordinar el trabajo en equipo, creando sinergias y sabiendo situarse en el lugar de los otros.
- Proponer soluciones alternativas y creativas a posibles problemas en el ámbito de la gestión, la planificación, las empresas y los productos turísticos.
- Tener orientación de servicio al cliente.
- Tener visión de negocio, captar las necesidades del cliente y avanzarse a los posibles cambios del entorno.
- Tomar decisiones en contextos de incertidumbre así como ser capaz de evaluar y prever las consecuencias de estas decisiones a corto, medio y largo plazo.
- Trabajo en grupo.

Resultados de aprendizaje

1. Demostrar un comportamiento responsable con el medioambiente.
2. Demostrar un comportamiento ético y de adaptación a distintos contextos interculturales.
3. Desarrollar habilidades directivas y de gestión de conflictos.
4. Desarrollar una capacidad de aprendizaje de forma autónoma.
5. Distinguir la función, naturaleza y alcance del marketing en la organización.
6. Identificar los recursos y capacidades necesarios para el desarrollo de nuevas empresas.
7. Identificar y evaluar nuevas oportunidades de negocio en el sector.
8. Manejar las técnicas de comunicación a todos los niveles.
9. Planificar, organizar y coordinar el trabajo en equipo, creando sinergias y sabiendo situarse en el lugar de los otros.
10. Tener orientación de servicio al cliente.
11. Tener visión de negocio, captar las necesidades del cliente y avanzarse a los posibles cambios del entorno.
12. Tomar decisiones en contextos de incertidumbre así como ser capaz de evaluar y prever las consecuencias de estas decisiones a corto, medio y largo plazo.
13. Trabajo en grupo.
14. Valorar y seleccionar alternativas, estableciendo cauces de acción apropiados para la Implantación y control de las estrategias de recursos humanos.

Contenido

1. EL ESPÍRITU EMPRESARIAL Y LAS ACTITUDES HACIA LA ACTIVIDAD EMPRENDEDORA

Relevancia del emprendimiento en la actualidad

Las Pymes y las nuevas empresas en la economía. Estructura y demografía empresarial

Manifestaciones del emprendimiento

Una aproximación a la investigación sobre el fenómeno emprendedor: El Proyecto *GEM

El emprendimiento en el caso del sector turístico

2. EL PROCESO EMPRENDEDOR

Fases y elementos: el empresariado, la idea, el proyecto y los recursos

Factores condicionantes de la creación de empresas. La teoría institucional y el pensamiento sistémico.

La planificación del proceso emprendedor.

Mitos y realidades de la actividad emprendedora.

Características específicas del proceso emprendedor en el sector turístico.

3. EL EMPRESARIADO COMO PROTAGONISTA DE LA ACTIVIDAD EMPRENDEDORA

La figura del empresario/a: en busca de una definición

Empresario y equipo emprendedor

Competencias emprendedoras

Características socio-demográficas del empresariado

Especificidad de los emprendedores turísticos

4. DE LA IDEA DE NEGOCIO A La OPORTUNIDAD EMPRESARIAL. EL PAPEL DE LA CREATIVIDAD

La creatividad en la creación de empresas

La innovación

La idea de negocio

La oportunidad de negocio

Creatividad y turismo

5. OTRAS FORMAS DE ACTIVIDAD EMPRENDEDORA: EMPRENDIMIENTO CORPORATIVO

Importancia del emprendimiento corporativo

Emprendimiento corporativo vs emprendimiento independiente

Formas de emprendimiento corporativo

Emprendimiento corporativo e innovación en las empresas turísticas

6. EL PLAN DE EMPRESA

Utilidad del plan de empresa, análisis del entorno y plan de marketing

Plan de producción o de operaciones

Plan de organización y recursos humanos y plan jurídico-fiscal

Plan económico-financiero

Especificidades del plan de negocio por el caso de las empresas del sector turístico

Metodología

La asignatura funciona en base a tres metodologías de enseñanza-aprendizaje:

a) Metodología de la parte teórica de la asignatura:

Explicaciones presenciales de tipo clase-magistral en cuanto a los diferentes temas del programa. Las clases contarán a menudo con apoyo audiovisual (visionado de algún vídeo, presentaciones en power point, etc.).

b) Metodología de la parte práctica de la asignatura:

Realización y exposición en clase de ejercicios y de casos prácticos (individuales o en equipo) relacionados con las explicaciones teóricas (algunos ejercicios se realizarán fuera del horario de clase). Además se elaborará un trabajo basado en el desarrollo de una actividad emprendedora en el contexto de las empresas del sector turístico.

c) Metodología de la parte no presencial de la asignatura (Campus Virtual):

La plataforma del Campus Virtual se empleará como complemento de información y medio de comunicación alternativo al aula entre alumnado y profesor. En el Campus Virtual habrá la ficha de la asignatura, el material complementario a la teoría en formato digital, los ejercicios y casos, enlaces en páginas web, etc.

Nota: se reservarán 15 minutos de una clase dentro del calendario establecido por el centro o por la titulación para que el alumnado rellene las encuestas de evaluación de la actuación del profesorado y de evaluación de la asignatura o módulo.

Actividades

Título	Horas	ECTS	Resultados de aprendizaje
Tipo: Dirigidas			
Casos aplicados	4	0,16	6, 7
Clases magistrales	12	0,48	3, 6, 7, 12, 14
Presentación pública de deberes	3	0,12	6, 7, 8
Tipo: Supervisadas			
Tutorías	7	0,28	4, 6, 7
Tipo: Autónomas			
Casos aplicados	4	0,16	3, 4, 6, 7, 13, 14
Deberes	10	0,4	2, 3, 4, 6, 7, 8, 10, 13, 14
Lecturas y notas de clase	8	0,32	4, 6, 7, 8, 13

Evaluación

La evaluación de esta asignatura consistirá en:

a) La realización y exposición-discusión de ejercicios y casos individuales o en equipo, presenciales y "on-line" a lo largo del curso, entregados dentro del plazo fijado, que valdrá un 15 % de la nota final.

b) La realización de un trabajo basado en el desarrollo de una actividad emprendedora en el contexto de las empresas del sector turístico ("Premio a la mejor idea emprendedora", "Plan de empresa", "Proyecto empresarial por un día", "Actitudes emprendedoras", "digital entrepreneurship"), que valdrá un 45 % de la nota final.

c) La realización de un examen final, que valdrá un 40 % de la nota final y que incluirá tanto la materia teórica expuesta en las clases magistrales como aspectos relativos a la parte práctica de la asignatura (un 5% del total de esta parte, podría ser de auto-evaluación por parte del alumno).

Actividades de evaluación

Título	Peso	Horas	ECTS	Resultados de aprendizaje
Examen final	40	2	0,08	2, 5, 6, 7, 12, 11, 13, 14
Presentaciones, deberes, ejercicios, etc.	15	15	0,6	1, 2, 3, 4, 5, 6, 7, 8, 9, 12, 10, 11, 13, 14
Proyecto y actividades emprendedorasc	45	10	0,4	1, 2, 3, 4, 5, 6, 7, 8, 9, 12, 10, 11, 13, 14

Bibliografía

FERNÁNDEZ, J. et al. (2000): *Manual para la creación de empresas. Cómo emprender y consolidar un proyecto empresarial*, Madrid: Edisofer.

GONZÁLEZ, F.J. (2000): *Creación de empresas. Guía para el desarrollo de iniciativas empresariales*, Madrid: Pirámide.

GUERRERO, M. & URBANO, D. (2011): *Las universidades emprendedoras en la economía del conocimiento*. Pearson.

HISRICH, R. D., PETERS, M. P., & SHEPHERD, D. A. (2016): *Entrepreneurship* (10th Edition). McGraw-Hill Education.

KIRBY, D. (2002): *Entrepreneurship*. Maidenhead. MCGraw-Hill.

MAQUEDA, F.J. (1991): *Creación y Dirección de Empresas*, Edit. Ariel.

URBANO, D. (2005): *La creació d'empreses a Catalunya: organismes de suport i actituds cap a l'activitat emprendedora*. Col.lecció d'estudis CIDEM. Centre d'Innovació i Desenvolupament Empresarial.

URBANO, D., APARICIO, S., & AUDRETSCH, D. B. (2019): *Institutions, Entrepreneurship, and Economic Performance*. Switzerland, Springer International Publishing.

URBANO, D. & TOLEDANO, N. (2008): *Invitación al emprendimiento: Una aproximación a la creación de empresas*. Editorial UOC.

URBANO, D. & RODRIGUEZ, L. (2010): *Guia per l'elaboració d'un pla d'empresa*. Departament de Treball. Generalitat de Catalunya.

Otro material de apoyo en formato digital y enlaces a páginas web se ofrecen en el Campus Virtual.

Software