

PRINCIPLES OF ENTREPRENEUSHIP

CURSO: THIRD

SEMESTRE: SECOND

TIPO ASIGNATURA: COMPULSORY

CRÉDITOS ECTS: 3

DIOMA: ENGLISH

OBJETIVO

The objective of this module is to approach the principles of entrepreneurship with an emphasis on the role of innovation and creativity. The student will be able to understand the process and basic elements of entrepreneurship and the role of the entrepreneur in a global economy. The course will provide the tools for assessing a variety of situations of entrepreneurial development and applying the theoretical knowledge acquired to real life business and organisation cases.

COMPETENCIAS

GENERALES

G1 - Observar con visión global, planificar, organizar y gestionar actividades en el ámbito empresarial y de los negocios.

G2 - Actuar de forma proactiva, generar ideas y propuestas e implementar iniciativas y cambios en el seno de la organización y mostrar predisposición a la movilidad geográfica.

G4 - Desarrollar el sentido y compromiso moral y ético en el ámbito empresarial y de los negocios y de respeto hacia cuestiones de género, medio ambiente y seguridad en la empresa.

G5 - Desarrollar una notable capacidad comunicativa tanto oral como escrita en lengua inglesa.

G6 - Buscar y explotar nuevos recursos de información y aplicar criterios cuantitativos y aspectos cualitativos en la toma de decisiones.

G7 - Transferir los conocimientos adquiridos en el proceso de formación y adaptarlos a situaciones reales.

BÁSICAS

CB1 - Que los estudiantes hayan demostrado poseer y comprender conocimientos en un área de estudio que parte de la base de la educación secundaria general, y se suele encontrar a un nivel que, si bien se apoya en libros de texto avanzados, incluye también algunos aspectos que implican conocimientos procedentes de la vanguardia de su campo de estudio

CB2 - Que los estudiantes sepan aplicar sus conocimientos a su trabajo o vocación de una forma profesional y posean las competencias que suelen demostrarse por medio de la elaboración y defensa de argumentos y la resolución de problemas dentro de su área de estudio

CB5 - Que los estudiantes hayan desarrollado aquellas habilidades de aprendizaje necesarias para emprender estudios posteriores con un alto grado de autonomía

TRANSVERSALES

T2 - Proyectar los valores del emprendimiento y de la innovación en el ejercicio de la trayectoria personal académica y profesional a través del contacto con diferentes realidades de la práctica y con motivación hacia el desarrollo profesional.

T3 - Interactuar en contextos globales e internacionales para identificar necesidades y nuevas realidades que permitan transferir el conocimiento hacia ámbitos de desarrollo profesional actuales o emergentes, con capacidad de adaptación y de autodirección en los procesos profesionales y de investigación.

ESPECIFICAS

E1 - Analizar una organización empresarial de dimensión internacional en base a principios económicos que permitan la identificación de los factores más determinantes en los resultados.

E3 - Comprender las principales implicaciones jurídicas de la actividad empresarial, especialmente en relación a los procesos de internacionalización de los negocios y entender y utilizar los principales esquemas jurídicos que regulan las relaciones comerciales a nivel mundial.

E4 - Conocer las principales fuentes de información estadística económica y empresarial disponibles, tanto a nivel nacional como internacional, analizarlas y utilizarlas en los procesos de toma de decisiones en los negocios internacionales.

E5 - Conocer el contexto cultural, social, geopolítico y legislativo de las distintas economías mundiales como base para el desarrollo de los negocios internacionales.

E7 - Conocer el papel de los diferentes agentes e instituciones económicas y financieras internacionales y valorar su influencia e impacto en el crecimiento económico, el comercio internacional, las relaciones financieras y la actividad empresarial.

E8 - Identificar los entornos económico, cultural, político, legal, demográfico y tecnológico que pueden representar oportunidades y amenazas para el desarrollo de la actividad en negocios internacionales.

E11 - Localizar, entender y valorar la información existente en el entorno internacional para poder definir los mercados objetivo, según el tipo de empresa y producto.

RESULTADOS DE APRENDIZAJE

- Conoce en profundidad y aplica los recursos disponibles para la creación de empresas start up.
- Discierne cuáles son las mejores opciones de una empresa en su proceso de expansión internacional.
- Aplica las estrategias y tácticas adecuadas en los diferentes contextos económicos para la detección de nuevas oportunidades en los mercados internacionales.
- Demuestra su capacidad para tomar decisiones empresariales en cualquier tipo de contexto y con cualquier tipo de información relacionada, actuando de forma lógica y demostrando una comprensión de los aspectos teóricos y prácticos.
- Aplica los mecanismos del derecho empresarial internacional, gestiona sus consecuencias y aplica al ordenamiento jurídico de la empresa los aspectos derivados de nuevas fuentes de financiación a los negocios internacionales.
- Identifica sus propias necesidades formativas en su campo de estudio y entorno laboral o profesional y organiza su propio aprendizaje con un alto grado de autonomía en todo tipo de contextos, estructurados o no.
- Resuelve problemas y situaciones propias del desempeño profesional con actitudes emprendedoras e innovadoras.
- Evalúa prácticas profesionales en contextos emergentes y globales y propone líneas de intervención ajustadas a las distintas realidades.
- Conoce los conceptos de la emprendeduría y entiende los procesos creativos del emprendedor.

SYLLABUS:

1. Brief introduction to entrepreneurship

The impact of entrepreneurship

Who is the entrepreneur?

Innovation and entrepreneurship

Creativity as a process

2. Business opportunities

Emergence of opportunities

Evaluation of opportunities

Opportunities and organisation

3. Entrepreneurship in context

Managing resources

Entrepreneurs and networks

Innovation and creativity according to plan

Entrepreneurship within the organisation

Social entrepreneurship

4. Managing entrepreneurship

Innovation and knowledge

Making innovation happen

EVALUATION

Summative assessment with two exams, one individual oral presentation and one individual written commentary. To pass this course, students must get at least a score of 4.5 points in both partial exams and achieve an average over 5 for the activities and exams. In the presentation and commentary, students will address one current entrepreneurship topic from their own business-oriented perspective. Attendance is

compulsory in order to achieve a passing grade. Participation in class will also have an impact on the final qualification. Weighing will be as follows:

Deliverables	%
Individual oral presentation	25
Individual written commentary	25
Midterm exam	25
Final exam	25

METHODOLOGY:

This is an on-site course with sessions that display even theoretical and practical training. The lecturer will lay out the different topics and conceptual tools to be discussed and put them into practice through a series of case studies. Activities in the classroom must be supplemented with individual work consisting of readings of recommended references, as well as essay preparation and presentation.

BASIC BIBLIOGRAPHY

- Lowe N., Klyver, K., Evald, M. & Bager, T. (2013) *Entrepreneurship in Theory and Practice: Paradoxes in Play*. Edward Elgar Pub.

COMPLEMENTARY BIBLIOGRAPHY

- Bessant J. & Tidd J. (2015) *Innovation and Entrepreneurship* (3rd edition). Wiley.
- Drucker, P. (1985) *Innovation and Entrepreneurship, Practices and Principles*. Harper & Row.
- Gerber M. (1985) *The E Myth Revisited, Why Most Small Businesses Don't Work and What to Do About It*. Harper Collins Publishers.
- Mariotti, S. & Glackin C. (2014) *Entrepreneurship and Small Business Management* (2nd edition). Pearson.
- Meyer, M. & Crane F.G. (2011) *Entrepreneurship: An Innovator's Guide to Startups and Corporate Ventures*. Sage.