



MEMORIA DEL TÍTULO DE:

**MÁSTER UNIVERSITARIO EN CREACIÓN DE EMPRESAS,
NUEVOS NEGOCIOS Y PROYECTOS INNOVADORES
POR LA UNIVERSIDAD DE CÁDIZ (MASTERUP)**

FECHA DE LA MEMORIA:

10 diciembre 2012

VERSIÓN:

4 de enero de 2013

RESUMEN DE MODIFICACIONES

NÚMERO	FECHA	MODIFICACIÓN

CONTENIDO

1.	Descripción del Título.	6
1.1.	Datos básicos del título.....	6
1.2.	Distribución de créditos en el título.	7
1.3.	Datos asociados al Centro.....	8
2.	Justificación del Título Propuesto.....	12
2.1.	Interés académico, científico o profesional del mismo.....	12
2.1.1.	Experiencias de la Universidad de Cádiz en la oferta de títulos anteriores con características similares:	12
2.1.2.	Previsión de la demanda del título:.....	14
2.1.3.	Relación con las características socioeconómica de su zona de influencia:	18
2.2.	Referentes externos a la universidad proponente que avalen la adecuación de la propuesta a criterios nacionales o internacionales para títulos de similares características académicas.....	21
2.2.1.	Programas de ámbito internacional	21
2.2.2.	Programas de ámbito nacional	22
2.3.	Descripción de los procedimientos de consulta internos utilizados para la elaboración del plan de estudios.	30
2.4.	Descripción de los procedimientos de consulta externos utilizados para la elaboración del plan de estudios	32
3.	Objetivos y Competencias.	34
3.1.	Objetivos generales del título.....	34
3.2.	Competencias generales.....	36
3.3.	Competencias específicas.....	39
3.4.	Relación entre las competencias y las asignaturas.....	41
4.	Acceso y Admisión de Estudiantes.	45

4.1.	Sistemas de Información previo a la matriculación y procedimientos de acogida accesibles y orientación a los estudiantes de nuevo ingreso para facilitar su incorporación a la universidad y a la titulación.....	45
4.2.	Requisitos de Acceso y Criterios de Admisión.....	46
4.3.	Sistemas de apoyo y orientación a los estudiantes una vez matriculados.....	48
4.4.	Sistema de transferencia y reconocimiento de créditos.....	49
4.5.	Descripción de los Complementos Formativos.....	51
5.	Planificación de las enseñanzas.....	52
5.1.	Estructura general del plan de estudios.....	52
5.2.	Descripción y justificación académica del plan de estudios.....	54
5.2.1.	Actividades Formativas (<i>enumerar todas las del Plan de Estudios</i>).....	61
5.2.2.	Metodologías Docentes. Enumerar todas las del Plan de Estudios).....	62
5.2.3.	Sistemas de Evaluación. <i>Enumerar todas las del Plan de Estudios</i>).....	64
5.3.	Planificación y gestión de la movilidad de estudiantes propios y de acogida.....	64
5.4.	Descripción de los módulos. Fichas de las asignaturas.....	65
6.	Personal Académico.....	105
6.1.	Personal académico disponible.....	105
6.2.	Adecuación del profesorado y personal de apoyo al plan de estudios.....	112
6.3.	Otros recursos humanos disponibles.....	118
7.	Recursos Materiales y Servicios.....	120
7.1.	Justificación de la adecuación de los medios materiales y servicios disponibles.....	120
8.	Resultados previstos.....	133
8.1.	Estimación de valores cuantitativos.....	133
8.2.	Justificación de las tasas de graduación, eficiencia y abandono, así como el resto de los indicadores definidos.....	135
8.3.	Procedimiento general para valorar el progreso y resultados de aprendizaje de los estudiantes.....	135
9.	Sistema de Garantía de Calidad del Título.....	137

9.1.	Responsables del sistema de garantía de calidad del plan de estudios:	137
9.1.1.	Organigrama en la UCA en relación con el control del SGIC-UCA.	137
	Consejo de Calidad de la UCA	137
	Decano/a - Equipo de Dirección.	140
	Grupos de mejora	143
9.2.	Procedimientos de evaluación y mejora de la calidad de la enseñanza y el profesorado.....	143
9.2.1.	Recogida y análisis de información sobre la calidad de la enseñanza:.....	143
9.2.2.	Recogida y análisis de información sobre los resultados de aprendizaje:	143
9.2.3.	Recogida y análisis de información sobre el profesorado:.....	144
9.3.	Procedimiento para garantizar la calidad de las prácticas externas y los programas de movilidad.....	144
9.3.1.	Procedimientos para el control y revisión de las prácticas externas asociadas a la titulación.....	144
9.3.2.	Procedimientos para el control y revisión de la movilidad de estudiantes en la titulación.....	144
9.4.	Procedimientos de análisis de la inserción laboral de los graduados y de la satisfacción con la formación recibida.....	145
9.5	Procedimiento para el análisis de la satisfacción de los distintos colectivos implicados	145
	(estudiantes, personal académico y de administración y servicios, etc.) y de atención a la sugerencias y reclamaciones. Criterios específicos en el caso de extinción del título.	145
9.5.1.	Procedimientos de recogida y análisis de información sobre la satisfacción.	145
9.5.2.	Procedimientos sobre las sugerencias y reclamaciones.	146
9.5.3.	Procedimiento de información pública:	146
9.6.	Criterios específicos en caso de extinción del Título:	146
9.7.	Mecanismos para asegurar la transparencia y rendición de cuentas:	146
10.	Calendario de implantación.....	148

10.1.	Cronograma de implantación del título.....	148
10.2.	Justificación del cronograma de implantación.	148
10.3.	Procedimiento de adaptación de los estudiantes de los estudios existentes al nuevo plan de estudios, en su caso.	148
10.4.	Enseñanzas que se extinguen por la implantación del título propuesto.....	148
ANEXO I: Cartas de agentes sociales apoyando el Master		149
ANEXO II. ENCUESTA ON LINE		152
ANEXO III. Carta de intenciones Universidad de Lüneburg.....		161

Clausula preliminar

“En virtud de la Ley 3/2007, de 22 de marzo, para la Igualdad Efectiva de Mujeres y Hombres, así como de la Ley 12/2007, de 26 de noviembre, para la Promoción de la Igualdad de Género en Andalucía, todas las referencias que se encuentran en esta memoria referidas a cargos académicos y cuyo género sea masculino, están haciendo referencia al género gramatical neutro, incluyendo por tanto, la posibilidad de referirse tanto a mujeres como a hombres”

1. Descripción del Título.

1.1. Datos básicos del título.

De acuerdo a lo dispuesto en el artículo 9.3. del R.D. 1393/2007 de Ordenación de las Enseñanzas Universitarias Oficiales, así como del R.D. 861/2010 modificando el anterior, y de lo acordado por el Consejo Andaluz de Universidades, se propone un título con la denominación “Master Universitario en Creación de Empresas, Nuevos Negocios y Proyectos Innovadores (MasterUp)” y características que se detallan en la tabla siguiente.

Este título no habilita para ninguna de las profesiones reguladas en el marco de lo establecido en la Guía de Apoyo para la Elaboración de la Memoria de Verificación de Títulos Universitarios Oficiales, y referido a profesiones reguladas por Orden Ministerial del Consejo de Ministro.

De acuerdo con lo establecido en el R.D. 861/2010 de 2 de julio, por el que se modifica el R.D. 1393/2007 de 29 de octubre por el que se establece la ordenación de enseñanzas universitarias y con la Agencia Andaluza de Evaluación de la Calidad y Acreditación Universitaria en su “Guía de apoyo para la elaboración de la memoria de verificación de títulos universitarios oficiales (Grados y Máster)”, se propone la adscripción del título a la rama de conocimiento 747 de Administración y Gestión de Empresas.

DATOS GENERALES DEL TÍTULO	
Denominación del Título:	Master Universitario en Creación de Empresas, Nuevos Negocios y Proyectos Innovadores (MasterUp)
Especialidades:	
Universidad solicitante:	Cádiz

Rama de Conocimiento:	Ciencias Sociales y Jurídicas		
Código ISCED1:	747 Administración y Gestión de Empresas	Código ISCED2:	

Orientación del título de Máster:			
Habilita para profesión regulada:		Profesión Regulada: <i>(en caso afirmativo, indicar Resolución)</i>	
Resolución:			
Vincula con profesión Regulada:		Profesión Vinculada:	

RESPONSABLE DEL TÍTULO			
1er. Apellido:	Larrán	2º Apellido:	Jorge
Nombre:	Manuel	NIF:	31221503S
Domicilio:	Avda. Duque de Nájera, 8 11002 Cádiz		
Localidad:	Cádiz	Código Postal:	11002
E-mail:	manuel.larran@uca.es		
Centro responsable del título:	Facultad de Ciencias Económicas y Empresariales		

1.2.Distribución de créditos en el título.

La distribución de créditos del título propuesto queda concretada en la siguiente tabla:

DISTRIBUCIÓN GENERAL DE CRÉDITOS EN EL TÍTULO	
Créditos totales:	60
Número de créditos en Prácticas Externas:	
Número de créditos Optativos:	12
Número de créditos Obligatorios:	42
Número de créditos Trabajo Fin de Máster:	6
Número de créditos de Complementos Formativos:	

La estructura del master por materias se describe en la tabla que se ofrece a continuación y se detalla en el Anexo I de esta memoria:

	Estructura por Materias en el título	Créditos
Módulos on-line Introdutorios OBLIGATORIOS	I1 Introducción a la Economía	4
	I2 Introducción a la Economía de la Empresa	4
Módulos presenciales Específicos OBLIGATORIOS	C1 Ecosistema emprendedor e innovación	3
	C2 Creatividad y oportunidades	3
	C3 Dirección de la innovación	3
	C4 Recursos Humanos y equipo emprendedor	3
	C5 Modelos y planes de negocios	3
	C6 Marketing emprendedor	3
	C7 Cooperación innovadora	3
	C8 Internacionalización y empresa nacida global	3
	C9 Finanzas para nuevos negocios	3
	C10 Derecho para emprendedores	3
	C11 Empresa familiar y evolución empresarial	4
	Total Créditos Obligatorios	42
OBLIGATORIO	Créditos memoria fin de master	6
OPTATIVO	Perfil profesional: Prácticas/proyecto creación	12
OPTATIVO	Perfil Investigador: Investigación	12
	Total créditos título	60

En el título que se propone, como se observa en la tabla anterior, la enseñanza se combina entre la presencial y la enseñanza on-line. Por lo tanto se trata de un master semipresencial. Los 8 créditos correspondientes a las materias del **Módulo de Introducción**, se realizarán a distancia vía on-line con los recursos de Campus Virtual, plataforma Moodle, puestos en servicio por la Universidad de Cádiz. La justificación de esta metodología radica en los siguientes argumentos:

En primer lugar, tal y como queda explicado en los objetivos de cada materia, se trata de dos materias destinadas no solo a la adquisición de conocimientos, sino también a unificar lenguajes, matizar conceptos y desarrollar competencias transversales vinculadas al trabajo individual.

Para ello, el coordinador de la materia junto con los encargados de las partes que componen la misma, desplegarán ésta en la plataforma virtual Moodle, dentro del Campus Virtual de la Universidad de Cádiz, que con varios años de funcionamiento está suficientemente probada.

Adicionalmente, un problema recurrente en las pasadas ediciones de los Másteres ofertados en la Facultad de Ciencias Económicas y Empresariales, desarrollados hasta la fecha, ha sido la reiterada cancelación de matrículas por parte de alumnos fuera del Espacio Común Europeo que necesitaban visado para poder permanecer en nuestro país. Al no disponer de plazo suficiente entre la fecha de aceptación (establecidas siempre por el Distrito Único Andaluz), y la fecha de comienzo del Máster, siendo obligatoria su presencialidad, se veían obligados a rechazar la posibilidad de matrícula. De esta manera, este tipo de contingencia podría verse reducida al aplazar el espacio temporal que media entre que al alumno se le admite y la obligación de estar presente en las aulas.

Considerando las anteriores razones aludidas y que tratándose de materias básicas que se imparten en el mes de noviembre (comienzos del período académico), así como que los objetivos formativos permiten esta metodología para la realización de un aprendizaje autónomo y autodirigidos, consideramos que esta combinación de 8 créditos on-line en el marco de los 60 créditos del Máster propuesto, es el correcto.

Con relación al **Módulo Específico**, todas las materias son presenciales. La presencialidad es obligatoria al 100% de las sesiones de cada materia. Se exige una presencia mínima del 80% de asistencia a cada una de las materias para que el alumno pueda ser evaluado.

El **Módulo de Aplicación**. Está constituido por el trabajo fin de master y las prácticas en empresas o el trabajo de investigación. En el caso de que el alumno esté trabajando y opte por el perfil profesional, las prácticas de empresas serán sustituidas por un trabajo de aplicación. El Trabajo fin de Máster consistirá en una memoria que contenga: 1) una síntesis del valor añadido por las distintas materias al proyecto del alumno; 2) una síntesis del valor añadido por las prácticas (en el caso del perfil profesional) al proyecto del alumnos; y, 3) el proyecto completo del alumno, que partiendo del proyecto inicialmente presentado ha desarrollado y modificado a lo largo del master. Este trabajo, de 6 créditos ECTS, será evaluado por el Tutor y por un Tribunal compuesto por tres miembros profesores del Máster nombrados a propuesta del Coordinador del Módulo de Aplicación. Las prácticas de empresas se realizarán con el objetivo de incorporar al proyecto del alumno la experiencia obtenida en la misma. Tendrán un valor de 12 créditos. Por ultimo, en la Materia de Investigación de 12 créditos ECTS opcionales, del perfil investigador, el alumno deberá cumplimentar: el curso de Metodología de investigación cuantitativas y cualitativa y de líneas de investigación en Entrepreneurship: de 4

créditos ECTS; y, realizar un Trabajo de investigación relacionado con el entrepreneurship: de 8 créditos ECTS. En todo caso el Tutor Académico del alumno, estará excluido del Tribunal que habrá de juzgar las presentaciones de los alumnos.

1.3.Datos asociados al Centro.

CENTROS EN EL/LOS QUE SE IMPARTE	
Facultad de Ciencias Económicas y Empresariales	

PLAZAS DE NUEVO INGRESO OFERTADAS	
Primer Año de Implantación:	30 plazas/curso académico
Segundo Año de Implantación:	30 plazas/curso académico

De acuerdo con lo establecido en el R.D. 861/2010 de 2 de julio, por el que se modifica el R.D. 1393/2007 de 29 de octubre por el que se establece la ordenación de enseñanzas universitarias y con la Agencia Andaluza de Conocimiento en su “Guía de apoyo para la elaboración de la memoria de verificación de títulos universitarios Oficiales (Grados y Máster)”, se propone que sean 60 el número de créditos ECTS de matrícula por estudiante y período lectivo.

Todos los alumnos del Máster deben matricularse de 60 créditos ECTS, a excepción de aquellos a quienes se les convaliden parcialmente los estudios objeto de esta memoria, tal y como se recoge en el apartado 4.4 de la misma. En cumplimiento del Reglamento UCA/CG11/2010, de 28 de julio de 2010, de admisión y matriculación en la Universidad de Cádiz (art. 8 aptdo. 2), se establece que el número de créditos mínimos será de 24 y el máximo de 39 créditos ECTS, para los estudiantes que deseen cursar estos estudios a tiempo parcial.

Tabla 1.6: Número de créditos de matrícula por estudiante y período lectivo

NÚMERO ECTS DE MATRÍCULAS				
	Tiempo Completo		Tiempo Parcial	
	ECTS Matrícula mínima	ECTS Matrícula máxima	ECTS Matrícula mínima	ECTS Matrícula máxima
Primer año	60	60	24	39
Resto de años	60	60	24	39

El Master, adoptará la normativa de permanencia vigente en la Universidad de Cádiz, al momento de formalizar el alumno su matrícula, puede consultarse en la Web que se detalla en la tabla siguiente.

La lengua utilizada en el Master será el español. No obstante, determinadas sesiones de determinados cursos podrán impartirse en inglés, cuando el profesor invitado, que proceda de universidades no españolas, no domine el español. Por ello, es necesario que el alumno tenga conocimientos de inglés suficientes para poder seguir estas sesiones, que en ningún caso superarán el 5% del total. Además, para todas las sesiones del Master, podrá utilizarse material de trabajo, indistintamente en lengua española o lengua inglesa.

OTROS DATOS:	
Tipo de Enseñanza (<i>presencial, semipresencial, a distancia</i>):	semipresencial
Normas de permanencia:	http://www.uca.es/secretaria/normativa/disposiciones-generales/alumnos/reglamento-permanencia-uca
Lenguas en las que se imparte:	Español

2. Justificación del Título Propuesto.

El Master Universitario en Creación de Empresas, Nuevos Negocios y Proyectos Innovadores que se presenta para su acreditación se justifica con los siguientes argumentos y evidencias: por su interés académico; por su correspondencia con los referentes más relevantes de títulos similares nacionales e internacionales; y por el procedimiento de consulta seguido para su elaboración.

El Master plantea un programa de aprendizaje y especialización con el objetivo general de ofrecer una formación avanzada, de carácter especializado y multidisciplinar, orientada a la especialización académica y/o profesional, y siendo capaz de promover la iniciación en tareas investigadoras.

2.1. Interés académico, científico o profesional del mismo.

Las evidencias que avalan el interés del título en este apartado, son: las experiencias de la Universidad de Cádiz en la oferta de títulos similares; la previsión de su demanda; y su relación y complementariedad con las características socioeconómica de su zona de influencia.

2.1.1. Experiencias de la Universidad de Cádiz en la oferta de títulos anteriores con características similares:

El Master, tiene sus antecedentes en el programa de doctorado con mención de calidad titulado “Economía y Dirección de Empresas”, que dio lugar a la implantación del Master en Administración de Empresas cuya primera edición se impartió en el curso 2006/2007. Posteriormente, dicho programa de doctorado, también generó el Master en Dirección de Recursos Humanos, que, conjuntamente con el Master en Administración de Empresas y el Master en Auditoría y Contabilidad, oferta la Facultad de Ciencias Económicas y Empresariales de la Universidad de Cádiz en la actualidad.

El título se justifica también con la experiencia de los grupos de investigación, que se relacionan más adelante en el punto 6.1. Así como en las experiencias de la Cátedra Extenda y

de la Cátedra de la Empresa Familiar, ambas ligadas a la Facultad de Ciencias Económicas y Empresariales, son también garantías que soportan al título.

Es conveniente resaltar la experiencia de la Universidad de Cádiz en materia de emprendimiento, ámbito de conocimiento en el que se enmarca el Master. La Universidad de Cádiz participa de manera destacada desde hace más de 18 años en programas de emprendimiento y creación de empresas, siendo la primera de España -junto con la Universidad Autónoma de Barcelona- que introdujo en sus planes de estudio asignaturas de Creación de Empresas en la Facultad de Ciencias Económicas y Empresariales. Junto a la Universidad Autónoma de Barcelona puso en marcha el proyecto GEM¹ en España en el año 2002. Desde la Universidad de Cádiz se dirige la realización del informe regional de Andalucía de dicho observatorio desde 2003.

Dentro de esta especialización, en la Facultad de Ciencias Económicas y Empresariales se han celebrado talleres, seminarios y congresos nacionales e internacionales relacionados con el emprendimiento, entre ellos caben destacar dos encuentros internacionales del observatorio GEM en 2009 y 2010 y el XXII congreso nacional de ACEDE cuyo lema fue “La sociedad emprendedora”. Colaboradores de estos, y para futuros encuentros, fueron profesores en entrepreneurship de reconocido prestigio internacional como: David Audretsch de la Universidad de Indiana, Paul Reynolds y Zoltan Acs de la Universidad George Mason o Maria Minniti de la Universidad Southern Methodist.

En 2002 se puso en marcha un Observatorio de Emprendedores en la Facultad que más adelante fue el germen de la Cátedra de Emprendedores de la UCA. Desde la misma Facultad se ha impulsado y ocupado la presidencia de la Sección Función Empresarial y Creación de Empresas de ACEDE, en la que están representada la práctica totalidad de las universidades públicas de España.

Las experiencias y numerosas actividades ofrecidas por la Cátedra de Emprendedores de la Universidad de Cádiz² –reciente premio nacional de la Red FUE a la mejor práctica Universidad-Empresa- también apoyan la oferta en emprendimiento del Master. La Cátedra de Emprendedores mantiene relaciones con toda la red de cátedras de emprendedores de España y con universidades extranjeras, entre los proyectos internacionales cabe destacar el UTP

¹ El Global Entrepreneurship Monitor (GEM) es uno de los proyectos de investigación internacional más relevantes sobre emprendimiento. Para más información del proyecto de investigación, ver: <http://www.gemconsortium.org/>

² Para más información sobre las actividades de la Cátedra de Emprendedores de la UCA, ver: <http://www.uca.es/emprendedores/>

Emprende con la Universidad Tecnológica de Panamá y con la colaboración de la AECID.

2.1.2. Previsión de la demanda del título:

La previsión de la demanda del título se realiza: en función de la demanda histórica de los títulos ofertados por la Facultad de Ciencias Económicas y Empresariales; analizando el mercado potencial de egresados universitarios de la UCA que tienen la intención de emprender en los próximos años, comparando la información con la que ofrece el GEM; y, realizando una encuesta específica on line para valorar el interés del Master.

Una estimación de la demanda del título está relacionada con la **demanda histórica de los títulos** antes citados en el punto anterior de la Facultad de Ciencias Económicas y Empresariales de la Universidad de Cádiz. Estos títulos, han sido de los de mayor demanda de la Universidad de Cádiz (puede consultarse en la tabla siguiente los datos disponibles sobre la demanda).

Matrícula demandada en cursos anteriores (datos proporcionados desde el Vicerrectorado de Docencia y Formación de la Universidad de Cádiz)

Curso Académico 2006/2007	150 alumnos
Curso Académico 2007/2008	208 alumnos
Curso Académico 2008/2009	126 alumnos
Curso Académico 2009/2010	153 alumnos
Curso Académico 2010/2011	127 alumnos
Curso Académico 2011/2012	135 alumnos

Una segunda estimación, sobre el **mercado potencial de egresados** se obtiene de los resultados del Observatorio de la Cátedra de Emprendedores de la UCA³. La Cátedra de

³

Ver: <http://www.uca.es/emprendedores/portal.do?TR=C&IDR=107>

Emprendedores conscientes de la necesidad de evaluar la actividad emprendedora de la Universidad de Cádiz y, en particular, la de sus egresados, elabora en el año 2009 un primer informe de indicadores de las diferentes etapas del proceso emprendedor de sus egresados. Con ello mide la actividad emprendedora de los egresados de la UCA, situándola en el contexto regional de la actividad emprendedora de Andalucía y en el contexto nacional. El último análisis de los egresados se realiza en 2011 a los tres años de finalizar sus estudios, concretamente de las promociones egresadas en los cuatro cursos que van desde el 2003/04 hasta el 2006/07. Para elaborar la información, se han utilizado dos fuentes de datos:

El **Estudio de inserción laboral y satisfacción con la formación recibida** de los egresados, realizado anualmente por la Unidad de Evaluación y Calidad de la UCA, en cuya encuesta se incluyeron una serie de preguntas análogas a las efectuadas en la encuesta GEM.

En cada una de las cuatro promociones estudiadas se encuestaron a unos 1.500 alumnos de las 5 ramas de conocimiento, distribuidos en unas 60 titulaciones, impartidas por la Universidad de Cádiz en sus 15 centros y cuatro campus⁴. Estos tamaños muestrales han permitido obtener estimaciones de porcentajes asumiendo errores de muestreo del orden del $\pm 1,5\%$ con un 95% de nivel de confianza.

Los resultados se han obtenido a nivel Global de los egresados UCA, por géneros y por Rama de conocimiento.

El **Informe Global Entrepreneurship Monitor (GEM) de Andalucía**, de las ediciones 2008, 2009 y 2010. El proyecto GEM es un sistema de información y análisis que proporciona información sobre las etapas del proceso de creación de empresas, con una metodología homologada a escala internacional, que permite la comparación entre diferentes territorios y países. Para obtener la información, en España, se han venido realizando más de 30.000 encuestas anuales, de las que 2.000 se han realizado anualmente en Andalucía (error muestral $\pm 2,19\%$; nivel de confianza 95,5%).

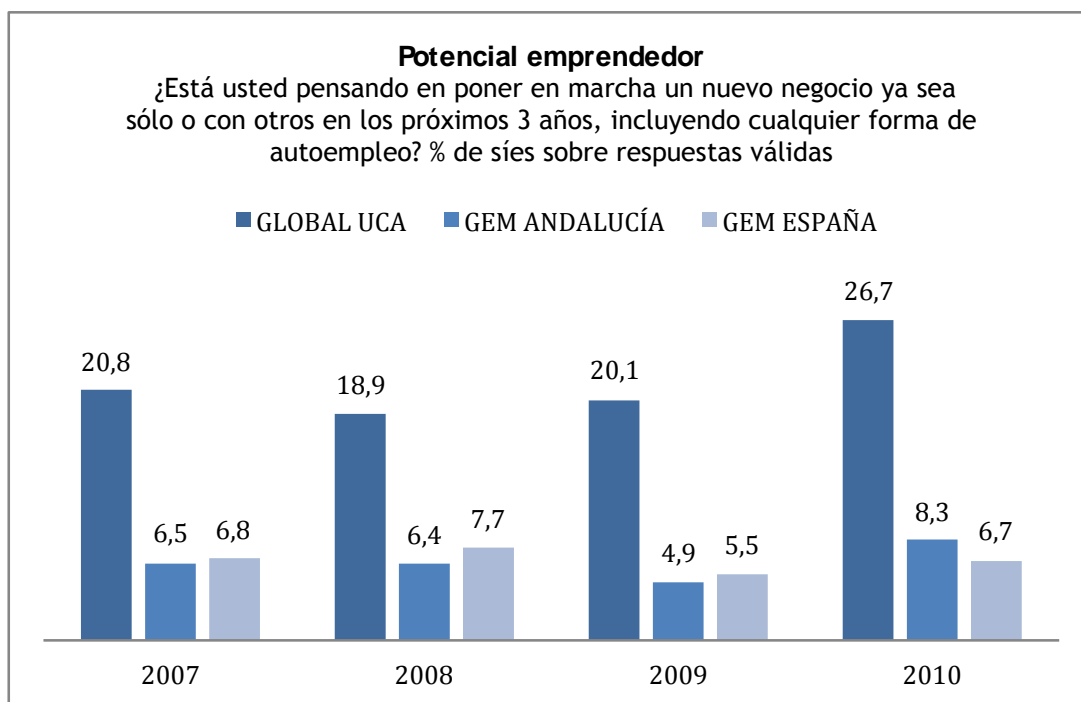
Un resumen de la información del Observatorio, que se relaciona con la demanda potencial del Master, se ofrece en Gráfico “Potencial emprendedor de los egresados UCA y comparación con resultados GEM-Andalucía y GEM-Nacional”. En dicho Gráfico se observa el potencial emprendedor o personas que tienen la intención de crear una empresa en los próximos tres años, comparando el colectivo de egresados de la UCA con el de la población de Andalucía y

⁴ Para más información se puede consultar
<http://www.uca.es/emprendedores/portal.do?IDM=133&NM=2>

España. El resultado de los aproximadamente 6.000 egresados de la UCA encuestados ofrece una tasa de intención emprendedora que crece del 20,8% al 26,7%. Considerando un porcentaje del 25%, supondría un mercado potencial directamente relacionado con la oferta del Master de unas 1.500 personas, sin considerar las promociones anteriores y posteriores a estos años.

Estas estimaciones coinciden con otros estudios realizados en Andalucía sobre las actitudes emprendedoras de los estudiantes universitarios ante la creación de empresa⁵ que estiman tasas de emprendimiento potencial que oscilan alrededor del 5,6% entre las diferentes universidades de la zona.

Gráfico 2.1. Potencial emprendedor de los egresados UCA y comparación resultados GEM-Andalucía y GEM-Nacional



A estas estimaciones de la demanda se le unirían la de otros universitarios procedentes de otras universidades que están pensando en crear una empresa y la de aquellos que sin pensar en crear una empresa tienen la intención de formarse para iniciar una nueva línea de negocio

⁵ Puede verse: Ruiz Navarro, J., Rojas Vázquez, A., Suárez Llorente, A. (2008): "Estudio Actitudes emprendedoras de los estudiantes universitarios de Andalucía ante la creación de empresas (2003-2006)". Servicio de Publicaciones de la Universidad de Cádiz.

o proyecto innovador dentro de las empresas u organizaciones del ámbito de influencia de la Universidad de Cádiz. Este segundo colectivo, son los que forman parte del fenómeno del intraemprendimiento o **emprendedores corporativos**. Un reciente estudio del GEM cuantifica el porcentaje de estos intraemprendedores en una horquilla que va del 3,4%, de los empleados por cuenta ajena, si se toma en sentido restrictivo el concepto, al 6% si se toma en un sentido más general.

Otros colectivos que engrosan el mercado potencial del Master provienen de las personas que trabajan o desean trabajar en instituciones y empresas relacionadas con el desarrollo regional, el emprendimiento o la consultoría.

El interés del Master también se corrobora con los datos de la **encuesta realizada** ad hoc on line entre el 21 de noviembre y el 6 de diciembre de 2012. Se envió a unas 500 personas, la mayoría jóvenes universitarios afiliados a la Asociación de Jóvenes Empresarios (unos 250) y a la red de emprendedores de No More Suits (otras 250 personas aproximadamente). Los resultados –de las 61 personas que respondieron- se ofrecen en el Anexo II de esta memoria y es otro signo positivo de la respuesta que puede tener la demanda a esta oferta de Master:

- Un 30% de ellos son empresarios, el 30% estudiaron ciencias sociales y el 18% ramas técnicas;
- El 27% aproximadamente indican que tendrían mucho interés en cursar este tipo de Master;
- El interés es muy alto –entre el 20 y 25%- al preguntar por su aplicación para crear una empresa, desarrollar un proyecto innovador o trabajar como consultor o en organismos relacionados con el emprendimiento;
- El precio puede ser una importante barrera disuasoria si supera el límite de los 3.000 €.

El interés que suscita el Master se evidencia también en las **cartas recibidas**⁶ de los agentes sociales relacionados con el impulso a la dinámica de creación de empresas y la generación de empresas innovadoras en el entorno territorial más cercano. Caben señalar los apoyos explícitos de:

Centro Europeo de Empresas e Innovación – CEEI Bahía de Cádiz

⁶

Se incorporan en el ANEXO II

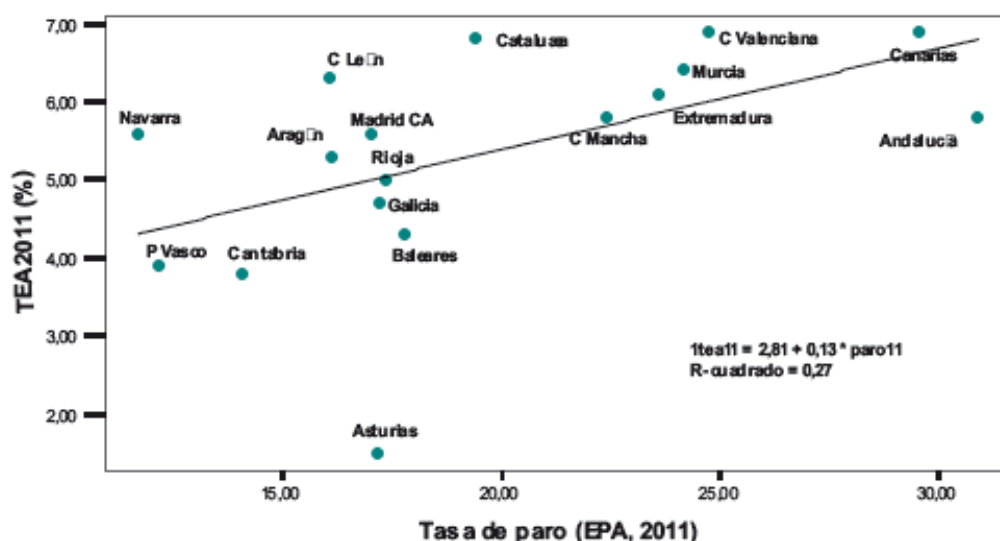
Asociación de Jóvenes Empresarios de la Provincia de Cádiz
Confederación de Empresarios de la Provincia de Cádiz

La información anteriormente facilitada, avala suficientemente y de manera conservadora las estimaciones de demanda de admisión del Master en 30 alumnos por año.

2.1.3. Relación con las características socioeconómica de su zona de influencia:

Las características socioeconómicas de la provincia de Cádiz y Andalucía, con altos niveles de desempleo (35% en el caso de Cádiz, EPA), baja densidad empresarial (del orden de un 20% por debajo de la media nacional en el caso de Andalucía-Cádiz, según datos del INE-DIRCE) y deslocalización industrial, aconsejan impulsar la creación de empresas que genere empleos y proyectos de intraemprendimiento en las empresas y organismos existentes que revitalicen su capacidad de innovación. En este sentido, el Master coincide con el interés de los planes de reindustrialización para la Bahía de Cádiz y la provincia puestos en marcha en los últimos años tanto por la administración central, autonómica y local.

Gráfico 2.2 Relación entre las TEA (Tasa de Actividad Emprendedora) y Tasas de Paro (EPA, Octubre 2011)

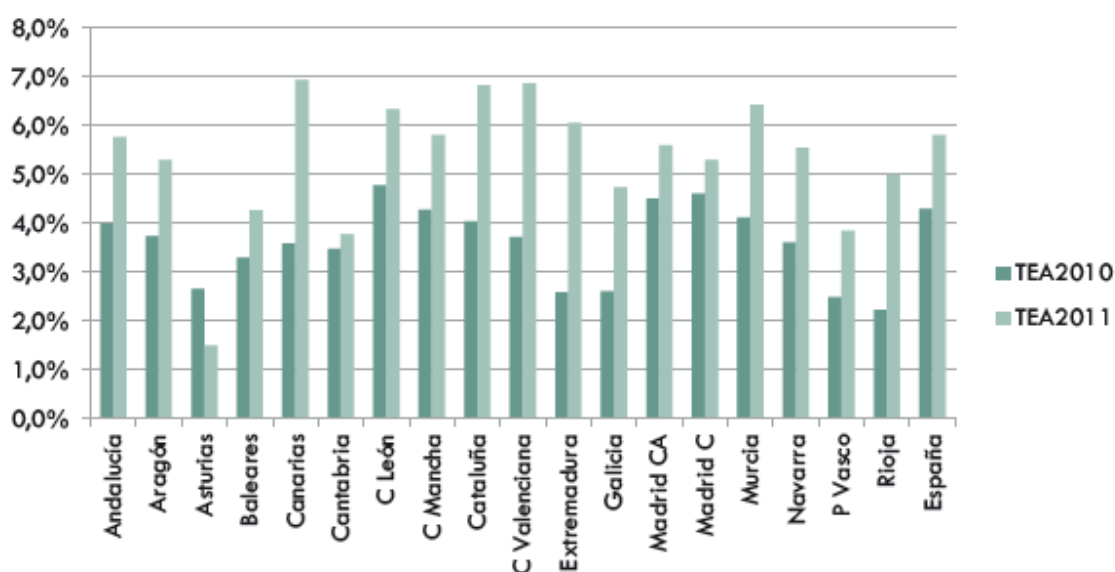


La relación entre desempleo y creación de empresas se analiza en el último informe nacional del GEM, puede verse en el Gráfico 2.2 obtenido de dicho informe. La mayor tasa de emprendimiento de Andalucía en los últimos años está relacionada con el crecimiento del

emprendimiento por necesidad que genera las altas tasas de desempleo.

Por eso, las recomendaciones del GEM y de otros informes especializados, apuntan a la necesidad de fomentar el emprendimiento por oportunidad, más ligado al conocimiento y experiencias previas, y elevar el nivel de formación de las personas que emprenden por necesidad. Ese fin coincide con el del Master, que se orienta a la creación de empresas y proyecto más innovadores y competitivos. En los informes anuales del Observatorio GEM de España y en su comparativa regional. Como se muestra en el Gráfico 2.3 (Evolución de la TEA⁷ regional en España entre 2010 y 2011) del último informe del GEM España de 2011, la TEA de Andalucía crece y se sitúa en valores superiores a los de España.

Gráfico 2.3 Evolución de la TEA regional en España entre 2010 y 2011 (Fuente GEM España 2011)



La participación de los universitarios en el fenómeno de creación de empresas, puede observarse en la Tabla 2.2. La suma de Diplomados y Licenciados supera el 38% del total de las personas que estaban inmersas en la fase de inicio de crear una empresa según los datos del Observatorio GEM en 2011. Este porcentaje es similar al que se observaba en Andalucía en el último informe de 2010 y supone aproximadamente que unos 120.000 universitarios estaban

⁷ La TEA es la Tasa de Actividad Emprendedora, el porcentaje de personas que están iniciando la creación de una empresa sobre la población adulta de entre 18 y 64 años.

en la fase naciente del proceso emprendedor en la región. Esta cifra, si reparte proporcionalmente a la población, supone entre unos 15.000 y 20.000 universitarios involucrados en el proceso o con la intención de iniciar una empresa en la provincia de Cádiz.

Tabla 2.2 Tipos de emprendedores según sus estudios y por fases del proceso de creación de la empresa. 2011 y 2010 (Fuente GEM España 2011).

Año	2011					
Tipo de emprendedor	Naciente	Nuevo	General	Consolidado	Abandono	Potencial
Sin estudios	1,0%	1,9%	1,4%	0,3%	0,4%	0,1%
Primarios	27,0%	26,7%	26,8%	41,7%	42,0%	30,3%
Secundarios	11,3%	10,2%	10,8%	12,2%	8,0%	11,0%
FP hasta superior	20,6%	24,2%	21,1%	18,1%	28,1%	23,2%
Diplomado	20,0%	16,1%	18,3%	12,6%	9,5%	18,5%
Licenciado	18,5%	18,4%	18,5%	13,6%	9,4%	14,7%
Post grado	1,2%	1,1%	1,2%	1,6%	1,6%	1,5%
Otros	0,1%	1,0%	0,5%	0,1%	0,4%	0,4%
No contesta	0,3%	0,4%	0,4%	0,1%	0,4%	0,4%
Año	2010					
Tipo de emprendedor	Naciente	Nuevo	General	Consolidado	Abandono	Potencial
Sin estudios	0,7%	0,8%	0,7%	2,9%	2,0%	1,3%
Primarios	25,8%	25,2%	25,5%	36,7%	31,2%	29,8%
Secundarios	14,3%	15,8%	15,1%	13,1%	14,4%	16,2%
FP hasta superior	19,0%	25,1%	22,0%	20,0%	16,5%	19,3%
Diplomado	24,1%	16,3%	20,3%	13,8%	14,6%	21,5%
Licenciado	12,4%	14,7%	13,5%	11,0%	9,0%	9,6%
Post grado	2,7%	1,6%	2,2%	2,3%	1,2%	1,4%
Otros	0,7%	0,2%	0,4%	0,2%	1,1%	0,6%
No contesta	0,3%	0,2%	0,3%	0,1%	0,0%	0,4%

El Master, además, se alinea con las políticas de impulso al emprendimiento y la innovación a nivel internacional, de la Unión Europea, de España, de la Junta de Andalucía (Andalucía Emprende) y con las estrategias de múltiples agentes sociales regionales y locales. Especialmente reseñable es la coincidencia de interés con las políticas de reindustrialización puesta en marcha tras los fenómenos de deslocalización industrial que se ha experimentado en Cádiz en los últimos años⁸. Por eso, se destacan las instituciones y agentes sociales más cercanos que apoyan el Master. Entre ellos, se encuentran los patrocinadores y colaboradores

 <p>UCA Universidad de Cádiz</p>	<p>Facultad de Ciencias Económicas y Empresariales</p>	<p>MEMORIA DEL TÍTULO:</p> <p>MÁSTER UNIVERSITARIO EN CREACIÓN DE EMPRESAS, NUEVOS NEGOCIOS Y PROYECTOS INNOVADORES (MASTERUP)</p>
---	--	--

de la Cátedra de Emprendedores de la UCA⁹ y los firmantes de las cartas de apoyo que más delante se detallan.

2.2. Referentes externos a la universidad proponente que avalen la adecuación de la propuesta a criterios nacionales o internacionales para títulos de similares características académicas.

La propuesta de Master es resultado del análisis de la oferta de estudios similares más relevantes en España y en otros países. Se ha llevado a cabo una revisión de planes de estudio de diferentes programas similares al aquí propuesto, ofrecidos tanto en España como a nivel internacional, cuyas características han sido tenidas en cuenta.

Con algunas de estas universidades y otras que pueden completar las futuras colaboraciones, la Facultad de Ciencias Económicas y Empresariales ha tenido relaciones de colaboración académica. De entre ellas, por su relación con el Master, destacan: Babson Colleague (EEUU), Purdue University (EEUU), IE Business School, Leuphana Universität Lüneburg (Alemania), Universidad Tecnológica de Panamá, Universidad Abdelmalek Essaâdi (Marrueco), Universidad de Valencia, Autónoma de Barcelona, Politécnica de Barcelona, Antonio de Nebrija, Carlos III, Sevilla, Deusto y Salamanca, entre otras.

2.2.1. Programas de ámbito internacional

El Máster que se presenta es un título que tiene una importante presencia en universidades extranjera y que, por tanto, han sido consideradas como referentes para la elaboración del plan de estudios. A efectos de analizar los diferentes programas de másteres basados en la iniciativa emprendedora se ha atendido a las distintas instituciones que trabajan en este ámbito. Para ello, se ha tenido en consideración tanto el ranking elaborado por *US News and Global Report*, que aporta reconocidas instituciones en América, como el propuesto por el *Financial Times*. Este último se trata de un estudio que es tomado como referencia con el fin de identificar las mejores escuelas de emprendimiento a nivel internacional. En concreto la revisión se ha focalizado en las primeras institucionales recogidas en el apartado de

⁹ Los patrocinadores de la Cátedra pueden verse en:
<http://www.uca.es/emprendedores/presentacion>

Entrepreneurship en el año 2012.

A continuación, se referencian dichas instituciones haciendo mención a los programas en emprendimiento ofrecido por las mismas.

PROGRAMAS INTERNACIONALES	
Babson College	Global Entrepreneurship Program (GEP) y Master of Science in Management with a Concentration in Global Entrepreneurship (MSM-GE).
Stanford Business	Powering Innovation and Entrepreneurship
MIT	Martin Trust Center for MIT Entrepreneurship
HHL Leipzig Graduate School of Management	Program International Entrepreneurship
EM Lyon Business School	Global Entrepreneurship Program For An Entrepreneurial Approach And A Global Mindset
HEC Paris	Master HEC-Entrepreneurs
IE Business School	Mastering the art of entrepreneurship
University of St Gallen	Corporate Development, Entrepreneurship & Family Business y Sustainability Management
Purdue University	Burton D. Morgan Center for Entrepreneurship
Essec Business School	Advanced Master's Degree in entrepreneurship in partnership with Ecole Centrale Paris
Imperial College Business School	MSc Innovation, Entrepreneurship and Management
Aarhus University and Copenhagen Business School	The Master in Leadership and Innovation in Complex Systems

2.2.2. Programas de ámbito nacional

Con el fin de conocer los diferentes programas que se ofertan en el ámbito nacional se ha desarrollado una búsqueda de títulos similares al propuesto. El procedimiento seguido para clarificar la oferta de títulos formales ha sido la búsqueda de aquellos programas que se encuentran catalogados en la ANECA como otros de relevancia en el contexto español.

A partir del análisis de la oferta formal a nivel nacional, se detallan los másteres incluidos en dicha categoría:

TÍTULOS NACIONALES	
Universidad de Barcelona	Máster Universitario en Creación y Gestión de Empresas Innovadoras y Base Tecnológica
Universitat de València	Máster Universitario en Creación y Gestión de Empresas Innovadoras y de Base Tecnológica
Universidad Antonio de Nebrija	Máster Universitario en Creación y Dirección de Empresas
Universidad Pompeu Fabra	Máster Universitario en Emprendizaje e Innovación
Universidad de Vigo	Máster Universitario en Creación, Dirección E Innovación de la Empresa
Universidad Católica de Valencia San Vicente Mártir	Master Universitario en Innovación Empresarial
Universitat de València	Máster Universitario en Innovación y Desarrollo de Proyectos de Negocio
Universidad Ramón Llull Escuela Superior de Administración y Dirección de Empresas ESADE (Barcelona)	Innovacion e Iniciativa Emprendedora (Master In Innovation and Entrepreneurship)
Universidad Carlos III de Madrid Centro de Ampliación de Estudios (CEAES) (Madrid)	Iniciativa Emprendedora y Creación de Empresas
Universidad de Deusto	Máster Universitario en Competitividad e Innovación / Competitiveness and Innovation
Universidad Complutense de Madrid	Máster in Entrepreneurship

TÍTULOS NACIONALES	
Universidad de Sevilla	Máster en Desarrollo de Emprendedores
Universidad de Salamanca	Máster en innovación y desarrollo emprendedor (on-line)
Universidad Politécnica de Madrid	Máster en Business Entrepreneurship
Universidad Internacional de la Rioja	Máster en Creación y Gestión de Empresas para Emprendedores
Escuela Superior de Negocios y Tecnologías	Máster Emprendedores: Creación y Gestión de Empresas + Cambridge International Diploma in Business
Escuela Negocios de la Innovación y los Emprendedores	Máster en Dirección de Empresas para Emprendedores
Universidad Rey Juan Carlos	Máster de Emprendedores
Escuela de Inteligencia	Máster de Coaching para Emprendedores

En la definición y contenidos del Master, se han tenido en cuenta las recomendaciones y experiencias de distintas instituciones y asociaciones de carácter nacional, europeo, e internacional, relacionadas con el emprendimiento entre las que se encuentran:

- Society for Effectual Action (<http://www.effectuation.org/>)
- European Institute of Innovation and Technology (EIT <http://eit.europa.eu/>)
- Comisión Europea (http://ec.europa.eu/enterprise/policies/sme/promoting-entrepreneurship/index_en.htm) y Business dialogue and co-operation (http://ec.europa.eu/education/higher-education/business_en.htm)
- Asociación Española de Escuelas de Dirección de Empresas (AEEDE <http://www.aeeede.es/>)
- European Foundation for Management Development (EFMD <http://www.efmd.org/>)
- European Foundation for Entrepreneurship Research (EFER <http://www.efer.eu/>)

- ACEDE Sección Función Empresarial y Creación de Empresas
(<http://www.acede.org/secciones.php?s=3>)
- Portal de la Junta de Andalucía
(<http://www.juntadeandalucia.es/temas/empresas/creacion.html>)
- United States Asociation for Business and Entrepreneurs: USABE
(<http://www.usasbe.org>)

Especial atención se le ha dedicado a los informes específicos relacionados con la educación superior y emprendimiento que se han elaborado en los últimos años¹⁰. La información obtenida de los programas de estos títulos se ha analizado y debatido en la comisión constituida en el centro y con los participantes externos en el proceso de consultas para la elaboración de esta memoria de master.

2.2.3. Similitudes y diferencias del presente título

El análisis de los títulos similares, especialmente los nacionales, permite identificar una serie de similitudes y diferencias.

Entre las similitudes más relevantes caben señalar la duración y los contenidos en créditos, la mayoría son de un año y 60 créditos ECTS. Un análisis más detallado de los contenidos permite encontrar coincidencias en lo que son las materias instrumentales de los títulos.

La tabla que se ofrece a continuación resume el contenido de una selección de títulos similares a los del master propuesto. En ella se observa una importante coincidencia con las 11 materias de los módulos específicos del master, aunque con denominaciones diferentes en algunos casos.

¹⁰

Entre ellos:

- Comisión Europea (2008): *La iniciativa emprendedora en la enseñanza superior, especialmente en estudios no empresariales*. Dirección General de Empresa e Industria.
- European Commission (2012). *Entrepreneurship Education at School in Europe National Strategies*. EURYDICE.
- World Economic Forum (2009). *Educating the Next Wave of Entrepreneurs. Unlocking entrepreneurial capabilities to meet the global challenges of the 21st Century*.
- OCDE (2007). *Higher Education and Regions: Globally Competitive, Locally Engaged* (Educación Superior y Regiones: globalmente competitivas, localmente comprometidas).

Master in Entrepreneurship (Complutense de Madrid)	Máster en el Desarrollo de Emprendedores (Universidad de Sevilla)	Máster en Innovación y Desarrollo Emprendedor (Universidad de Salamanca)	Máster en Business Entrepreneurship (Universidad Politécnica de Madrid)	Máster en Creación y Gestión de Empresas para emprendedores (Universidad de la Rioja)	M.U. Creación y Gestión de Empresas Innovadoras y Base Tecnológica (U. Barcelona)	M.U. Creación y Gestión de Empresas Innovadoras y de Base Tecnológica (U. Valencia)	M.U. Creación y Dirección de Empresas (U. Antonio de Nebrija)	M.U. Creación, Dirección e Innovación en la Empresa (U. Vigo)	M.U. Innovación y Desarrollo de Proyectos de Negocio (U. Valencia)	M.U. Innovación Empresarial (U. Católica Valencia S. Vicente Mártir)	Iniciativa Emprendedora y Creación de Empresas (U. Carlos III)	M.U. Competitividad e Innovación (U. Deusto)
			Análisis Económico		Herramientas de gestión empresarial, operaciones y análisis del entorno			Métodos cuantitativos y cualitativos de análisis avanzado Dirección estratégica de la innovación y la tecnología: herramientas para su gestión	Identificación de oportunidades en el entorno socioeconómico empresarial: Globalización, deslocalización, internacionalización, ética y RSC	Vigilancia: Valoración de la innovación: Entorno y mercado	Métodos cuantitativos de predicción para la nueva empresa Análisis de datos para la toma de decisiones	
			Dirección y Planificación Estratégica	Estrategia y estructura empresarial			Dirección estratégica Dirección estratégica II					
Entrepreneurship (Espíritu emprendedor)	Introducción al Proceso Empresarial		Iniciativa emprendedora	Aspectos generales del emprendimiento	Tecnología, I+D y gestión de la innovación	Tecnología, innovación y estrategia		Sistema español y gallego de innovación	Principios de gestión de la innovación. El cambio tecnológico. Actividades de I+D. La innovación como estrategia empresarial. Indicadores de la innovación	Captación: dirección de proyectos de innovación	Estrategia para emprendedores Fundamentos del fenómeno emprendedor	
	Reconocimiento y evaluación de ideas							Sistema de diagnóstico estratégico y gestión del conocimiento	Creatividad para la innovación: El proceso creativo. Creatividad y proyecto empresarial. La creatividad como cultura	creatividad y aprendizaje colectivo en la empresa: Gestión del conocimiento y las actividades de I+D+i		

	Creatividad e innovación			Análisis y valoración de oportunidades	Gestión de la tecnología y gestión de proyectos de I+D	Creación de empresas innovadoras Gestión de proyectos I+D+i		Emprendimiento: valoración y selección de ideas de negocio	Principios de gestión de la innovación. El cambio tecnológico.	Innovación: Dimensión estratégica de la tecnología y la innovación Conocimiento,		Gestión de la innovación y competitividad empresarial Gestión del cambio y la innovación
Dirección Comercial y Marketing	Marketing para emprendedores		Márketing estratégico internacional, Dirección y Gestión de Marketing, Estrategia Comercial				Dirección de marketing y ventas Marketing internacional y posicionamiento	Desarrollo y comercialización de productos de I+D+i Comercialización y desarrollo de nuevos productos	Marketing y comunicación		Marketing y técnicas comerciales para empresas de nueva creación Modelos para la explotación comercial de la innovación	
Plan Estratégico de Negocio	Plan de negocio			Introducción y desarrollo del Plan de Negocios	Emprendeduría, creación de EBTs y plan de empresa		Creación de empresas, análisis de oportunidades y valoración de proyectos (Introducción al Plan de Negocio)		Definición, alcance y plazos de un proyecto de negocio. Planificación y programación. Ejecución, seguimiento y control. Documentación del proyecto y su gestión. Finalización y cierre. Herramientas y técnicas para la gestión de proyectos			
Dirección Estratégica de Recursos Humanos			Dirección de Recursos Humanos			Herramientas de gestión	Organización de empresas y dirección de RRHH	Gestión de los RRHH para la innovación y la mejora continua	Gestión de los RRHH			

	Valoración y financiación de proyectos emprendedores	Financiación	Decisiones y Estrategia Financiera	Financiación y valoración de proyectos emprendedores	Entorno e infraestructura de soporte a la emprendeduría y a la innovación. Agentes, instrumentos y recursos de financiación para las empresas de base tecnológica		Análisis financiero y fórmulas de financiación para la creación y el crecimiento de la PYME Fundamentos de financiación y contabilidad empresarial	Financiación para la creación y el crecimiento de la empresa: planificación, análisis de costes y rentabilidad	Gestión económico-financiera		Contabilidad y finanzas para nuevos proyectos empresariales Instrumentos de financiación para empresas de nueva creación	
								Gestión medioambiental, de la seguridad y salud laboral y de la RSC. Sistemas integrados de gestión de calidad	Identificación de oportunidades en el entorno socioeconómico empresarial: Globalización, deslocalización, internacionalización, ética empresarial y RSC	Sostenibilidad: Innovación como motor del desarrollo sostenible		Sostenibilidad e innovación en un mundo interconectado
	Aspectos legales y tributarios de la creación de empresas	Forma jurídica básica	Régimen legal de la empresa				Entorno jurídico y fiscal de la empresa	Cuadro legislativo y fiscal para la constitución, el crecimiento y la innovación	Aspectos legales de un proyecto de negocio		Régimen jurídico de la creación de empresas Protección jurídica de la innovación Régimen fiscal de la nueva empresa	



Facultad de Ciencias Económicas y Empresariales

MEMORIA DEL TÍTULO:

**MÁSTER UNIVERSITARIO EN CREACIÓN DE EMPRESAS,
NUEVOS NEGOCIOS Y PROYECTOS INNOVADORES
(MASTERUP)**

									Identificación de oportunidades en el entorno socioeconómico empresarial: Globalización, deslocalización, internacionalización, ética empresarial y RSC	Internacionalización de la I+D+i La gestión de proyectos internacionales de I+D+i		
			Comercio Exterior				Venta en mercados supranacionales y comercio exterior Comercio internacional y desarrollo de mercados					
		Asesoramiento						Políticas de I+D e innovación en la Unión Europea		Herramientas para la implantación y sistematización de la I+D+i: El apoyo a la innovación		
Emprendedores Sociales												
									Proyectos y procesos. La gestión de proyectos. Los procesos en la gestión de proyectos: PM1, Prince2, ISO10006, IPMA	El diseño de proyectos y la preparación de propuestas		
						Creación de empresas de base tecnológica		Creación de empresas de base tecnológica			Creación y desarrollo de empresas de base tecnológica	

 <p>UCA Universidad de Cádiz</p>	<p>Facultad de Ciencias Económicas y Empresariales</p>	<p>MEMORIA DEL TÍTULO:</p> <p>MÁSTER UNIVERSITARIO EN CREACIÓN DE EMPRESAS, NUEVOS NEGOCIOS Y PROYECTOS INNOVADORES (MASTERUP)</p>
---	--	--

Las principales diferencias que se ponen de manifiesto residen:

- En ningún master nacional se pide que el alumno presente un proyecto para ser evaluado en el proceso de admisión, como se hace en el master propuesto;
- En ningún master el programa formativo gira sobre un proyecto real de creación de una empresa, de nuevo negocio o de innovación;
- El master propuesto se ha construido sobre las propuestas de creación y acción que recomienda la sociedad para la efectución (ver: <http://www.effectuation.org>).
- Otras características diferenciadoras del master son su adecuación al entorno específico, a través de algunas materias concretas (Ecosistema empresarial y de innovación, con historias de referentes cercanos; Creatividad e innovación, con la búsqueda de oportunidades en las ventajas comparativas del entorno; Internacionalización y empresa nacida global, con la especificación de peculiaridades propias como Zonas Francas y comercio internacional; entre otras);
- Los recursos que utiliza el master también diferencian, cabe señalar las que aportan las relaciones con las Cátedras de Emprendedores, Extenda y Empresa Familiar, y con las asociaciones y organizaciones como AJE, CEC y CEEI que permiten una cercanía del emprendedor con la realidad de su entorno cercano.

2.3. Descripción de los procedimientos de consulta internos utilizados para la elaboración del plan de estudios.

Internamente se ha desarrollado el siguiente protocolo atendiendo a los requisitos formales de la UCA (Reglamento UCA/CG02/2012, de 30 de marzo, por el que se aprueban los criterios generales y el procedimiento para la definición del Mapa de Máster de la UCA y la reordenación de los títulos de másteres):

- Reunión, el 4 de mayo de 2012, del Vicerrector de Docencia y Formación con los Decanos y Directores de Centros para tratar, entre otros, el tema de los mapa de másteres y procedimiento para su aprobación.
- Envío, el 7 de mayo de 2012, del formulario de Informes para la Comisión de Posgrados de los másteres propuestos por la Facultad de Ciencias Económicas y Empresariales para su tramitación para el curso académico 2013/2014, por parte del Vicerrectorado de Docencia y Formación.

- Envío, el 24 de mayo, del formulario de Informes para la Comisión de Posgrado del Máster en Dirección de Empresas, al Vicerrectorado de Docencia y Formación.
- Aprobación por parte de la Junta de Facultad del Centro celebrada el 13 de junio de 2012, de la propuesta elevada al Vicerrectorado de Docencia y Formación sobre la modificación y ampliación de la oferta de Másteres.
- Aprobación en Junta de Gobierno de septiembre de la relación provisional del listado de másteres para el curso 2013/2014.
- Aprobación por parte de la Junta de Facultad del Centro celebrada el 17 de octubre de 2012 de la composición de la comisión que ha de elaborar la memoria del Máster en Dirección de Empresas por la Universidad de Cádiz.
- Resolución del Vicerrector de Docencia y Formación, de 7 de noviembre, en el que se establece el calendario de elaboración y tramitación de las memorias de másteres para su verificación. Curso académico 2013/2014.

Las principales efemérides se resumen en la siguiente tabla.

TRAMITE	CALENDARIO
Constitución de la comisión de Máster, aprobada por la Junta de Centro	Desde el 2 de octubre hasta el 22 de noviembre de 2012
Elaboración de las memorias de máster con sus anexos I y II	Desde el 3 de octubre hasta el 10 de diciembre de 2012
Análisis y aprobación preliminar por la Junta del Centro o el órgano responsable del título	14 de diciembre de 2012
Exposición pública durante, al menos, dos semanas	Desde el 17 de diciembre de 2012 hasta el 2 de enero de 2013
Informe individualizado de las alegaciones por la comisión de máster	Desde el 3 al 9 de enero de 2013
Aprobación definitiva por la Junta de Centro	10 de enero de 2013
Informe del Vicerrector competente en materia de calidad	Pendiente de las fechas de disposición de las memorias
Informe de la comisión de posgrado de la Universidad de Cádiz	14 de enero de 2013
Aprobación por Consejo de Gobierno	A determinar
Valoración por el Consejo Social	A determinar
Inicio del proceso de verificación de la memoria	30 de enero

En cumplimiento del calendario anterior, el pasado 7 de diciembre de 2012, se constituyó la Comisión para el desarrollo de la memoria del Máster integrada por los siguientes miembros:

Profesores José Ruiz Navarro (Departamento de Organización de Empresas), como coordinador del título, Manuel Acosta Seró (Departamento de Economía General), José Daniel Lorenzo Gómez y José Manuel Sánchez Vázquez (Departamento de Organización de Empresas), José Luis Durán Valenzuela (Departamento de Marketing y Comunicación), María José Muriel de los Reyes (Departamento de Economía Financiera y Contabilidad); por la alumna Noelia Franco Leal; y los externos a la Facultad José Andrés Santos Cordero, como presidente de la Asociación de Jóvenes Empresarios de la Provincia de Cádiz y por Alejandro Caballero Reyes, CEO en Midae, Consultoría de Medios Sociales, ambos antiguos alumnos de la UCA y empresarios.

Esta comisión ha celebrado reuniones de coordinación los días 7, 20 y 27 de noviembre de 2012, 4 y 10 de diciembre de 2012.

2.4. Descripción de los procedimientos de consulta externos utilizados para la elaboración del plan de estudios

Los procedimientos de consulta externos se resumen en el análisis de los programas de las titulaciones internacionales y nacionales descritos en el punto 2.2 y en las consultas a los agentes sociales externos relacionados con las materias del Master en su ámbito de influencia.

Además, se han considerado los documentos siguientes de la Agencia Nacional de Evaluación de la Calidad y Acreditación (ANECA) y de la Agencia Andaluza del Conocimiento:

- El Libro Blanco sobre los estudios de grado de Economía y Empresa de ANECA
- La “Guía de apoyo para la elaboración de la memoria de verificación de títulos universitarios oficiales” de la Agencia Andaluza del Conocimiento.
- La “Guía de apoyo para la elaboración de las memorias para la solicitud de verificación de títulos oficiales de Grado y Máster” de la ANECA:

http://www.aneca.es/media/325330/verifica_guia_gradoyMáster_090108.pdf

- Protocolo de Evaluación para la Verificación de Títulos Universitarios Oficiales de la ANECA:

http://www.aneca.es/media/164042/verifica_protocoloyplantilla_gradoMáster_080904.pdf

Las consultas externas en el ámbito de influencia, se han mantenido durante el mes de

noviembre de 2012 con:

- La Asociación de Jóvenes Empresarios de Cádiz, que ha formado parte de la comisión de elaboración de esta memoria en la persona de su presidente D. José Andrés Santos Cordero. Se han mantenido reuniones el 19 y 29 de noviembre de 2012, aparte de su participación en la comisión de elaboración del Master.
- El Foro “No More Suits” <http://www.midae.es/primer-evento-no-more-suits-en-cadiz/>, de jóvenes emprendedores de Cádiz, la mayoría universitarios y colaboradores de la Cátedra de Emprendedores de la UCA. Su promotor, D. Alejandro Caballero Reyes también ha formado parte de la comisión que ha elaborado esta memoria. Reuniones 19 y 30 de noviembre, aparte de su participación en las reuniones de la comisión.
- D. Miguel Sánchez-Cossío Benjumenda, director gerente del Centro Europeo de Empresas e Innovación de la Bahía de Cádiz, al que se le ha pedido su opinión y ha expresado por escrito su voluntad de colaborar con el Master, tanto en el proceso de formación – facilitando sus instalaciones y talleres de creatividad- como en el proceso posterior de incubación de las empresas resultantes del Master. Se ha mantenido entrevistas los días 23 y 28 de noviembre de 2012 con él y su equipo directivo.
- D. Javier Sánchez Roja, Vicepresidente de la Confederación de Empresarios de la Provincia de Cádiz (CEC). Con el que se ha mantenido diversas reuniones con él y su equipo técnico referidas a la naturaleza de la formación que demandan los empresarios los días 23 y 28 de noviembre. También ha expresado su compromiso en colaborar con el Master con los recursos humanos de la CEC.

3. Objetivos y Competencias.

3.1. Objetivos generales del título.

El Master plantea un programa de aprendizaje y especialización con el objetivo general de ofrecer una formación avanzada, de carácter especializado y multidisciplinar, orientada a la especialización académica y/o profesional, y siendo capaz de promover la iniciación en tareas investigadoras. A tal fin se establecen **dos itinerarios**: el profesional y el de investigador.

El primero, **profesional**, tendrá por objetivo la adquisición de una formación avanzada, de carácter especializado y multidisciplinar en creación de empresas, nuevos negocios y proyectos innovadores. Así, se pretende a través del programa formativo, como objetivo general: enseñar a *“crear, consolidar y desarrollar empresas, nuevos negocios y proyectos innovadores - con potencial de crecimiento- de carácter empresarial, social o cultural”*.

Más concretamente, se trata de formar a personas capaces de:

- Aplicar el “método emprendedor”¹¹ y técnicas de innovación que permitan diseñar nuevas empresas, renovar las existentes, identificando nuevas líneas de negocios y oportunidades de innovación y hacerlas crecer.
- Llevar a cabo sus propios proyectos de forma profesional, aprendiendo a obtener el apoyo de otros agentes sociales de interés (*stakeholders*), co-creando y utilizando las redes sociales.
- Utilizar los conceptos y herramientas técnicas de dirección empresarial, adaptados a las primeras fases del ciclo de vida, que apoyen el desarrollo y consolidación de los proyectos e iniciativas.
- Impulsar el intraemprendimiento o emprendimiento corporativo (en empresas, asociaciones, entidades sin ánimo de lucro y organismos públicos).
- Dinamizar los mecanismos de transferencia de conocimientos entre la universidad y las empresas y descubrir las oportunidades de creación de valor del conocimiento científico, técnico, cultural y social.

¹¹ Una mayor concreción del “Método Emprendedor” desde una perspectiva práctica de aprendizaje puede verse en: Society for effectual action, <http://www.effectuation.org>

- Movilizar y desarrollar los recursos del entorno generando nuevas oportunidades sociales, culturales y empresariales de creación de valor.

Estos objetivos profesionales están dirigidos a universitarios que:

- Tengan la intención o estén involucrados en crear su propia empresa, el lanzamiento de nuevos negocios en sus empresas actuales, un proyecto social (organizaciones sin ánimo de lucro) o un proyecto cultural o creativo en donde se pueda aplicar el método emprendedor.
- Utilicen el intraemprendimiento como vía para renovar empresas familiares.
- Deseen desarrollar su carrera profesional como consultores independientes o en empresas de consultoría asesorando a futuros emprendedores.
- Formen parte de organismos (parques científicos tecnológicos, unidades de creación de empresas, asociaciones profesionales, ONGs, centros de investigación, etc.) como técnicos en transferencia, en creación de empresas y en proyectos emprendedores e innovadores.
- Quieran formar parte de asociaciones empresariales, sociales y culturales interesadas en impulsar la actividad empresarial, el empleo y la valorización de sus oportunidades emprendedoras y la generación de nuevos negocios.
- Persigan participar en acciones con fines sociales a través de la actividad emprendedora, aplicando el método emprendedor, y así mejorar la vida de sus ciudadanos y contribuir a la innovación social.
- Tengan la voluntad de utilizar sus conocimientos artísticos, culturales o aficiones para impulsar proyectos creativos que creen valor económico y social utilizando el método emprendedor.
- Se planteen formar parte de empresas de consultoría o gabinetes especializados en procesos de reconversión, gestión de crisis y cierres de empresas.
- Necesiten conocer las herramientas necesarias para formular e implantar planes y modelos de negocio, sociales o culturales, así como dirigir estrategias de diversificación (nuevos negocios) y proyectos de innovación en empresas ya establecidas.

El segundo itinerario **investigador**, tendrá por objeto el desarrollo de las competencias investigadoras establecidas en el R.D. 99/2011 de 28 de enero, especificadas en su artículo 5 apartado 1. Más concretamente, se pretende que los alumnos, en el campo de investigación del *entrepreneurship*¹²:

- Adquieran una comprensión sistemática de las técnicas y metodologías de investigación en ciencias sociales que le capaciten para investigar en el campo del *entrepreneurship*.
- Tengan una visión de conjunto de las principales aportaciones, autores y líneas de investigación y de la agenda investigadora en el mismo.
- Puedan realizar un análisis crítico, de evaluación y síntesis de las ideas y trabajos de investigación.
- Sean capaces de iniciar sus propios proyectos de investigación y de plantear sus proyectos de tesis doctoral.

Este conjunto de competencias completan los objetivos perseguidos con la formación de investigadores, que les pueda conducir en el futuro a la obtención del título de doctor, tal y como recoge el artículo 1 de dicho R.D.99/2011 de 28 de enero, y en el artículo 5.2. cuando manifiesta “que la obtención del título de Doctor debe proporcionar una alta capacitación profesional en ámbitos diversos, y especialmente en aquellos que requieren creatividad e innovación.

Esta doble vertiente profesional e investigadora, completan una oferta formativa con un alto grado de sinergias. Además, permite una visión de conjunto del fenómeno emprendedor por parte del futuro investigador, ayudándole a aplicar la metodología investigadora a las materias del curso, seleccionando aquellas que más le pudieran interesar en función de las líneas y agenda investigadora.

3.2. Competencias generales.

Atendiendo al concepto de competencias desarrollado por el R.D. 861/2010 de 2 de julio, por

¹² La denominación *entrepreneurship* abarca de manera sintética las materias antes relacionadas en el apartado profesional, en resumen: creación, consolidación y desarrollo empresarial, desarrollo de nuevos proyectos y mentalidad emprendedora.

el que se modifica el R.D. 1393/2007 de 29 de octubre por el que se establece la ordenación de enseñanzas universitarias y con la Agencia Andaluza de Evaluación de la Calidad y Acreditación Universitaria en su “Guía de apoyo para la elaboración de la memoria de verificación de títulos universitarios Oficiales (Grados y Máster)”, se proponen las competencias para el título “Máster Universitario en Creación de Empresas y Proyectos Innovadores por la Universidad de Cádiz”. Con el objetivo de ofrecer una formación avanzada, de carácter especializado y multidisciplinar, orientada a la especialización académica y/o profesional, y siendo capaz de promover la iniciación en tareas investigadoras, estas competencias recogen los descriptores que figuran en el Marco Español de Calificaciones para la Educación Superior (MECES). La tabla 3.1 recoge las competencias mínimas establecidas en los RD 861/2010 (desde CG1 a CG5), y RD 1027/2011 (desde CG6 a CG12), así como otras que se han creído convenientes para el buen desarrollo de los perfiles profesional e investigador:

Tabla 3.1: Competencias generales para el Máster Universitario en Creación de Empresas y Proyectos Innovadores por la Universidad de Cádiz

Competencias generales	
CG1	<i>Poseer y comprender conocimientos avanzados en el ámbito de la Dirección de Proyectos Innovadores y Emprendimiento que aporten una base u oportunidad de ser originales en el desarrollo y aplicación de ideas, a menudo en un contexto de investigación.</i>
CG2	<i>Que los estudiantes sepan aplicar los conocimientos adquiridos y su capacidad de resolución de problemas en entornos nuevos o poco conocidos dentro de contextos más amplios (o multidisciplinares) relacionados con la Dirección de Proyectos Innovadores y Emprendimiento.</i>
CG3	<i>Que los estudiantes sean capaces de integrar conocimientos adquiridos en el ámbito de la Dirección de Proyectos Innovadores y Emprendimiento, y enfrentarse a la complejidad de formular juicios a partir de una información que, siendo incompleta o limitada, incluya reflexiones sobre las responsabilidades sociales y éticas vinculadas a la aplicación de sus conocimientos y juicios.</i>
CG4	<i>Que los estudiantes sepan comunicar sus conclusiones – y los conocimientos y razones últimas que las sustentan- de un modo claro y sin ambigüedades a un público especializado o no especializado.</i>

CG5	<i>Que los estudiantes posean las habilidades de aprendizaje que les permitan continuar estudiando de un modo que habrá de ser en gran medida autodirigido o autónomo. Dicha autonomía también se ha de lograr para participar en proyectos de investigación y colaboraciones científicas o tecnológicas en el ámbito de la Dirección de Proyectos Innovadores y Emprendimiento</i>
CG6	<i>Haber adquirido conocimientos avanzados y demostrado, en un contexto de investigación científica y tecnológica, o altamente especializado, una comprensión detallada y fundamentada de los aspectos teóricos y prácticos y de la metodología de trabajo en uno o más campos de estudio.</i>
CG7	<i>Saber aplicar e integrar los conocimientos en Dirección de Proyectos Innovadores y Emprendimiento, la comprensión de éstos, su fundamentación científica y sus capacidades de resolución de problemas en entornos nuevos y/o complejos y definidos de forma imprecisa, incluyendo contextos de carácter multidisciplinar tanto investigadores como profesionales altamente especializados.</i>
CG8	<i>Saber evaluar y seleccionar la teoría científica adecuada y la metodología precisa en el campo de la Dirección de Proyectos Innovadores y Emprendimiento para formular juicios a partir de información incompleta o limitada incluyendo, cuando sea preciso y pertinente, una reflexión sobre la responsabilidad social o ética ligada a la solución que se proponga en cada caso.</i>
CG9	<i>Ser capaces de predecir y controlar la evolución de situaciones complejas mediante el desarrollo de nuevas e innovadoras metodologías de trabajo adaptadas al contexto investigador, tecnológico o profesional concreto en el que desarrolle su actividad.</i>
CG10	<i>Saber transmitir de un modo claro y sin ambigüedades a un público especializado o no, resultados procedentes de la investigación científica y tecnológica o del ámbito de la innovación más avanzada, así como los fundamentos más relevantes sobre los que se sustentan.</i>
CG11	<i>Haber desarrollado la autonomía suficiente para participar en proyectos de investigación y colaboraciones científicas o tecnológicas dentro de su ámbito temático, en contextos interdisciplinares y, en su caso, con una alta componente de transferencia del conocimiento.</i>
CG12	<i>Ser capaces de asumir la responsabilidad de su propio desarrollo profesional y de especialización en uno o más campos de estudio.</i>
CG13	<i>Capacidad de concebir, diseñar o crear, poner en práctica y adoptar un proceso sustancial de investigación o creación.</i>

CG14	<i>Capacidad de análisis que le permita distinguir entre lo importante de lo accesorio cuando se aborden situaciones complejas.</i>
CG15	<i>Capacidad emprendedora e innovadora en sus acepciones más amplias.</i>
CG16	<i>Capacidad de realizar un análisis crítico y de evaluación y síntesis de ideas nuevas y complejas.</i>
CG17	<i>Capacidad de saber utilizar la comunicación de forma convincente para la aceptación de ideas y la participación de otras personas en su puesta en marcha.</i>
CG18	<i>Capacidad de síntesis de manera que la misma se convierta en una herramienta a aplicar en cualquier proceso en el ámbito emprendedor e innovador.</i>

3.3.Competencias específicas.

El R.D. 861/2010 de 2 de julio establece que además de las competencias básicas se han de contemplar las competencias específicas para otorgar el título académico. En su definición y desarrollo se han tenido en cuenta las recomendaciones de distintas asociaciones de carácter nacional, europeo, e internacional, entre las que destacamos, entre otras, la Asociación Española de Escuelas de Dirección de Empresas (AEDE <http://www.aeede.es/>), European Institute of Innovation and Technology (EIT <http://eit.europa.eu/>), European Foundation for Management Development (EFMD <http://www.efmd.org/>), European Foundation for Entrepreneurship Research (EFER <http://www.efer.eu/>), Society for Effectual Action (<http://www.effectuation.org/>), ACEDE Sección Función Empresarial y Creación de Empresas (<http://www.acede.org/secciones.php?s=3>). En la tabla 3.2 se recogen las competencias específicas.

Tabla 3.2: Competencias específicas para el Master Universitario en Creación de Empresas y Proyectos Innovadores por la Universidad de Cádiz.

Competencias específicas	
CE1	<i>Capacidad de identificar los recursos y capacidades, así como las técnicas que le permitan determinar y localizar oportunidades innovadoras y de creación, que a su vez generen ventajas competitivas en el ámbito de la Dirección de Proyectos Innovadores y Emprendimiento.</i>

CE2	<i>Conocimiento de los distintos aspectos relacionados con la detección de oportunidades innovadoras y de creación, así como de las distintas herramientas para elaborar una presentación adecuada de la misma, en el ámbito de la Dirección de Proyectos Innovadores y Emprendimiento.</i>
CE3	<i>Capacidad de identificar distintas fuentes de innovación y desarrollar estrategias para el logro, protección y mantenimiento de ventajas competitivas en los Proyectos Innovadores y Emprendimiento.</i>
CE4	<i>Capacidad para diseñar y coordinar los recursos necesarios para la Dirección exitosa de Proyectos Innovadores y Emprendimiento.</i>
CE5	<i>Capacidad de identificar las prácticas de recursos humanos que permiten promover la innovación y el emprendimiento dentro de la empresa.</i>
CE6	<i>Conocimiento de las características de los equipos emprendedores para la puesta en marcha exitosa de los Proyectos Innovadores y Emprendimiento.</i>
CE7	<i>Conocimiento y comprensión de la distinción, análisis, evaluación e interpretación del contexto externo de las organizaciones, en el ámbito económico, industrial, político, social, y cultural, en el cual éstas se desenvuelven.</i>
CE8	<i>Conocimiento y comprensión de la distinción, análisis, evaluación e interpretación del contexto interno de las organizaciones.</i>
CE9	<i>Capacidad de definir las herramientas de planificación estratégica más adecuadas a cada contexto.</i>
CE10	<i>Conocimiento y aplicación de las herramientas específicas para desarrollar un plan de marketing.</i>
CE11	<i>Capacidad para comunicar las conclusiones obtenidas subrayando las razones últimas que las sustentan de forma que sean comprensibles para audiencias tanto especializadas en el tema como ajenas al mismo.</i>
CE12	<i>Conocimiento y comprensión de las herramientas del análisis estratégico, así como, diseñar, adaptar, desarrollar, procesos estratégicos. Organizar, mostrar y valorar, las propuestas realizadas por otros agentes en el ámbito de la formulación e implantación de las estrategias.</i>
CE13	<i>Conocimiento y comprensión de la naturaleza específica de las empresas innovadoras nacidas globales, identificando sus características propias y los factores que facilitan su</i>

	<i>creación.</i>
CE14	<i>Capacidad de identificar los mercados internacionales más idóneos y aplicar las estrategias más adecuadas para su inmersión en ellos.</i>
CE15	<i>Conocimiento y comprensión de las distintas alternativas de evaluación e interpretación de inversión-financiación, y detección de los posibles riesgos derivados de las mismas.</i>
CE16	<i>Conocimiento, comprensión e interpretación de las fuentes de información económica-financieras disponible y las técnicas y herramientas de análisis para la emisión de juicios.</i>
CE17	<i>Conocimiento y comprensión de la naturaleza específica de la empresa familiar, identificando las características singulares de la empresa familiar y las implicaciones de esta especificidad para su gestión.</i>
CE18	<i>Conocimiento y aplicación de las herramientas específicas para el buen gobierno de la empresa familiar.</i>
CE19	<i>Capacidad de comprender, explicar, analizar y desarrollar los diferentes procesos que integran los Proyectos Innovadores y Emprendimiento.</i>
CE20	<i>Conocimiento, comprensión y capacidad de extracción de conclusiones de las experiencias competenciales de innovación y emprendimiento.</i>
CE21	<i>Conocimiento de la investigación existente en relación con las líneas de investigación del Departamento y en particular con las vinculadas a Dirección de Proyectos Innovadores y Emprendimiento.</i>
CE22	<i>Capacidad de comunicar las conclusiones obtenidas subrayando las razones últimas que las sustentan de forma que sean comprensibles para audiencias tanto especializadas en el tema como ajenas al mismo.</i>

3.4.Relación entre las competencias y las asignaturas.

La relación entre las materias del Máster y las competencias se recoge en las siguientes tablas:

COMPETENCIAS GENERALES POR MATERIA

	CG1	CG2	CG3	CG4	CG5	CG6	CG7	CG8	CG9	CG10	CG11	CG12	CG13	CG14	CG15	CG16	CG17	CG18
Introducción a la Economía		X		X										X				X
Introducción a la Economía de la Empresa		X			X													X
Ecosistema emprendedor e innovación			X					X										
Creatividad y oportunidades	X	X											X					
Dirección de la innovación		X							X		X							
Recursos Humanos y equipo emprendedor						X	X		X									
Modelos y planes de negocios				X									X					
Marketing Emprendedor		X		X										X				
Cooperación innovadora							X				X							
Internacionalización y empresa nacidas global		X							X						X			
Finanzas para nuevos negocios		X	X													X		
Derecho para emprendedores		X	X									X						

COMPETENCIAS GENERALES POR MATERIA

	CG1	CG2	CG3	CG4	CG5	CG6	CG7	CG8	CG9	CG10	CG11	CG12	CG13	CG14	CG15	CG16	CG17	CG18
Empresa familiar y evolución empresarial							X							X			X	
Trabajo fin de máster				X		X										X		
Prácticas en empresas							X					X						
Investigación						X				X								

COMPETENCIAS ESPECÍFICAS POR MATERIA

	CE1	CE2	CE3	CE4	CE5	CE6	CE7	CE8	CE9	CE10	CE11	CE12	CE13	CE14	CE15	CE16	CE17	CE18	CE19	CE20	CE21	CE22
Introducción a la Economía							X															
Introducción a la Economía de la Empresa								X	X													
Ecosistema emprendedor e innovación			X					X														
Creatividad y oportunidades	X	X																				
Dirección de la innovación			X	X																		
Recursos Humanos y equipo emprendedor					X	X																
Modelos y planes de negocios							X	X	X													
Marketing Emprendedor										X	X											
Cooperación innovadora							X					X										
Internacionalización y empresa nacidas global													X	X								
Finanzas para nuevos negocios															X	X						
Derecho para emprendedores								X											X			
Empresa familiar y evolución empresarial																	X	X				
Trabajo fin de máster																			X			
Prácticas en empresas																				X		
Trabajo investigación																					X	X

4. Acceso y Admisión de Estudiantes.

4.1. Sistemas de Información previo a la matriculación y procedimientos de acogida accesibles y orientación a los estudiantes de nuevo ingreso para facilitar su incorporación a la universidad y a la titulación.

Desde el curso 2005/2006 en el que se presentan a acreditación los másteres, por parte de la Universidad de Cádiz, que provienen de Programas de Doctorado con mención de Excelencia, y entre los cuales se incluía el Master en Administración de Empresas, la Universidad de Cádiz y la Facultad de CCEE y EE han realizado un gran esfuerzo de difusión de su oferta utilizando varios canales de comunicación:

1.- La participación en Ferias, Conferencias y Convenciones nacionales e internacionales para dar a conocer la oferta de Másteres por parte de la Universidad de Cádiz.

2.- Elaboración de una página web específica para la oferta de títulos oficiales de máster (<http://www.uca.es/posgrado/masteres-oficiales>). En esta página se proporciona información sobre los siguientes parámetros: (i) oferta, (ii) preinscripción, (iii) acceso a matrícula, (iv) información general sobre la matriculación, (v) becas y ayuda, (vi) calendarios, (vi) requisitos y fases del procedimiento, (vii) precios públicos, (viii) documentación necesaria, (ix) enlace a la Web del Distrito Único Andaluz.

3.- La página web de la Facultad de Ciencias Económicas y Empresariales, igualmente, dispone de un espacio en la web para informar de su oferta de másteres (<http://www.uca.es/centro/1C14/postgrado/informacion>). En esta página web se proporciona información acerca de la oferta de másteres del centro, las guías académicas, becas y ayudas, información y distribución de aulas.

4.- Elaboración de una página web para cada Máster en la se informa sobre los siguientes aspectos: (i) descripción de título, (ii) objetivos y competencias, (iii) profesorado, (iv) estructura académica del máster, (v) criterios de acceso, (vi) calendario del Máster, (vii) preinscripción y matrícula, (viii) reconocimiento de créditos, (ix) sugerencias-reclamaciones, (x) calidad y seguimiento, (xi) resultados académicos, (xii) memoria del plan de estudios, (xiii) folleto informativo del master. Esta página dispone de un enlace a la Oficina de Coordinación de Posgrado, que, entre otros asuntos, proporciona información sobre la memoria verificada del máster en caso de que la tuviera. Puesto que este máster aún no se ha aprobado ni verificado, no se dispone de página web habilitada al objeto de proporcionar información con carácter previo a la matriculación. Sin embargo, en caso de aprobación, dicha información será pública y de fácil acceso.

5.- El Distrito Único Andaluz (DUA) dispone igualmente de una web (<http://www.juntadeandalucia.es/innovacioncienciayempresa/sguit/>), donde se publica información sobre la preinscripción, el catálogo de másteres oficiales, tanto generales como por titulación, los requisitos de acceso y los procedimientos de admisión. En caso de que se aprobara y verificara la memoria del Master

Universitario en Creación de Empresas y Proyectos Innovadores de la Universidad de Cádiz, éste entraría a formar parte de la oferta de másteres de las universidades andaluzas, proporcionándose en esta web información del mismo.

Así mismo, se hará una sesión de presentación pública y oficial con antelación a la apertura de la matrícula del master, con el objetivo de ampliar y precisar la información dirigida a los alumnos potenciales del curso.

Las características específicas de este master y la orientación del perfil de ingreso aconsejan también ampliar la difusión genérica de este tipo de oferta académica a otras instituciones como:

- colectivos profesionales, como los Colegios de Economistas y de Ingenieros, entre otros
- asociaciones empresariales, como Confederación de Empresarios, Cámaras de Comercio, Asociación de Jóvenes Empresarios, Asociación de Mujeres Empresarias, entre otros
- Consejo Social de la Universidad de Cádiz
- Centro Europeo de Empresas e Innovación de la Bahía de Cádiz

4.2. Requisitos de Acceso y Criterios de Admisión.

Tal y como se establece en el artículo 16 del R.D. 1393/2007 y la modificación del mismo por el R.D. 861/2010, “Para acceder a las enseñanzas oficiales del Máster será necesario estar en posesión del título universitario oficial español u otro expedido por una institución de educación superior perteneciente a otro Estado integrante del Espacio Europeo de Educación Superior que faculte en el mismo para el acceso a la enseñanza del Máster”.

En este mismo sentido el Master Universitario en Creación de Empresas, Nuevos Negocios y Proyectos Innovadores por la Universidad de Cádiz, atendiendo a este apartado y el apartado 2 del mismo artículo 16 del R.D. 1393/2007 asume que podrán acceder titulados conforme a sistemas educativos ajenos al Espacio Europeo de Educación Superior sin la necesidad de la homologación de sus títulos, previa comprobación por parte de la Universidad de Cádiz de que aquellos acrediten un nivel de formación equivalente a los correspondientes títulos universitarios oficiales españoles y que facultan en el país expedidor del título para el acceso a la enseñanza de posgrado. El acceso por esta vía no implicará, en ningún caso, la homologación del título previo de que esté en posesión del interesado, ni su reconocimiento a otros efectos que el de cursar las enseñanzas del Máster.

Perfil de Ingreso

En particular, el Máster está dirigido a Titulados Universitarios, sin distinción de ramas ni áreas de conocimiento, preferentemente con experiencia profesional, con un conocimiento de inglés suficiente y que deseen adquirir una formación de alto nivel en el campo de la creación de empresas, generación de nuevos negocios y de desarrollo de proyectos innovadores que les permita la proyección profesional y/o investigadora en este ámbito.

El factor principal para cursar y aprovechar el master es que el alumno tenga la intención de llevar a cabo

un proyecto empresarial, cultural o social al que dar forma a lo largo del master. En este sentido, la titulación con la que cuenta el alumno como punto de partida no es tan relevante como su disposición para desarrollar un proyecto propio.

Para cumplir dicho criterio, los candidatos a cursar el master deberán remitir, junto con su solicitud, un resumen de su proyecto de un máximo de 300 palabras, dónde quede claramente reflejada la idea a desarrollar y el grado de innovación de la misma, los objetivos a alcanzar y el público al que se dirige la propuesta.

Admisión

Tal y como se recoge en el artículo 17 del R.D. 1393/2007 en sus apartados 1 a 4, y la modificación del mismo por el R.D. 861/2010 en el apartado diez de su artículo único, los estudiantes podrán ser admitidos conforme a los requisitos específicos y criterios de valoración de méritos propios del título, indicando la necesidad de formación previa en algunas disciplinas en particular si fuese necesario.

Estos requisitos que se proponen para el Master son:

Tabla 4.1: Criterios de admisión

Titulación	Grado de preferencia
Nota media del expediente académico	50%
Proyecto Innovador	30%
Curriculum vitae	10%
Nivel de inglés ⁽¹⁾	10%
Disponibilidad para adaptarse al calendario de las clases presenciales del Máster	TOTAL
Conocimientos de español hablado y escrito ⁽²⁾	Mínimo Nivel B2

(1) Será requisito indispensable acreditar poseer un nivel mínimo B1.

(2) Será requisito indispensable, para aquellos alumnos extranjeros de habla no hispana, acreditar poseer un nivel mínimo B2.

4.3. Sistemas de apoyo y orientación a los estudiantes una vez matriculados.

La Facultad de Ciencias Económicas y Empresariales despliega un programa de acogida a todos sus estudiantes, tanto de grado como de posgrado, y que en este último caso se concreta en las siguientes medidas de actuación:

- En primer lugar, y con carácter previo al inicio de los cursos que integran el máster, se recibe a los alumnos en un acto de presentación, en el que el responsable de la coordinación del máster presenta oficialmente el máster. En esta sesión informativa el coordinador da a conocer todos los aspectos relacionados con los contenidos académicos del máster, así como otra información relevante para garantizar la buena operatividad del mismo, como el calendario, las aulas asignadas para la docencia, o los datos y herramientas de comunicación que permiten las relaciones entre los alumnos y otros interlocutores necesarios para el seguimiento del máster, como el Decano del Centro, el equipo responsable de la coordinación del máster, o los coordinadores de los cursos.
- En segundo lugar, se les enseña a los alumnos todas las dependencias de la Facultad, poniendo especial énfasis en las aulas asignadas para la docencia, los despachos del profesorado, las dependencias de Biblioteca, con una breve explicación de todos los servicios que esta oferta, y las salas para usos informáticos.
- Por último, la persona responsable de la coordinación del máster se pone en contacto periódicamente y de forma presencial en el aula con los alumnos al objeto de prevenir o en su caso resolver posibles problemas que pudieran surgir para el seguimiento del máster.
- Una vez el alumno comienza la docencia, se le asigna un tutor académico, miembro de alguno de los Departamentos de la Universidad de Cádiz, con el único requisito de que debe impartir docencia en el máster en cuestión, quien se encargará de la orientación y asesoramiento al alumno. Para la asignación de dicho tutor se realiza una entrevista previa con el alumno, al objeto de conocer su currículum vitae, en caso de que el perfil elegido haya sido el profesional, y que permitirá al coordinador del módulo de aplicación seleccionar aquellos currículums que más se ajustan al perfil de las empresas que colaboran con el máster. En caso de que el alumno hubiera elegido el perfil investigador, el coordinador del módulo de aplicación centrará la entrevista en identificar los temas de interés del alumno, al objeto de garantizar que el tutor asignado podrá ayudarle y asesorarle en el desarrollo del trabajo de investigación en la materia objeto de su interés. Esta tarea se supervisa y tutoriza, que se realiza tanto personalmente como virtualmente, se lleva a cabo durante todo el período en que se desarrolla el máster mediante unas tutorías planificadas, y finaliza con la defensa, por parte del alumno, del trabajo fin de máster, que consistirá en el trabajo de aplicación, en el caso de que se haya elegido el perfil profesional, o el trabajo de investigación, en caso de haber seleccionado el perfil investigador.
- La enseñanza es semipresencial y se disponen de los recursos precisos para abordar las materias no presenciales (8 créditos del Módulo Introducción). Será el Coordinador del Curso quien realizará las acciones de apoyo y orientación de los estudiantes, para ello, y conjuntamente con los profesores que imparten docencia en estos cursos online, se desarrollarán contenidos para el campus virtual, y se utilizarán los recursos que la plataforma Moodle ofrece para desarrollar esta metodología de enseñanza. Para ello, todas las materias online de la Titulación, se han diseñado

siguiendo estándares de e-learning para garantizar el acceso al contenido desde cualquier lugar a través de un navegador de internet, sin importar la plataforma o contenido en sí mismo. La metodología en estos casos hará uso de los siguientes instrumentos:

- Uso de correo electrónico profesor alumno, alumno profesor integrado dentro de la plataforma.
- Creación de listas de distribución
- Uso de tableros de anuncio para proporcionar información relevante
- Utilización del chat de la plataforma.
- Lecturas recomendadas
- Servicio de consulta a disposición del alumno
- Material didáctico recomendado impreso o digitalizado
- Planificación y calendario propuesto para afrontar las acciones formativas.

4.4. Sistema de transferencia y reconocimiento de créditos.

El Título II, dedicado a los Estudios de Master, en su artículo 18, de la Normativa de la Universidad de Cádiz sobre adaptación, convalidación y reconocimiento de créditos (BOUCA 91/Febrero 2009), establece que “Serán convalidables o reconocibles aquellas asignaturas, cuyo contenido y carga lectiva sean equivalentes a las materias del máster oficial correspondiente, siempre que se trate de estudios realizados dentro del marco del Posgrado de universidades españolas o extranjeras, y el interesado/a cumpla con los requisitos de acceso especificados en el art. 16 del R.D. 1393/2007 de 29 de octubre, por el que se regulan los estudios universitarios oficiales de Posgrado.

En todo caso, no será posible la convalidación o reconocimiento para el 100% de las materias del máster oficial correspondiente, y deberá aplicarse necesariamente la coincidencia de contenido y carga lectiva con respecto a las mismas.

La resolución de convalidación/reconocimiento de estudios requerirá que el interesado/a se encuentre previamente matriculado en el Máster Oficial.

Procederá la convalidación en el caso de estudios oficiales de Posgrado, Doctorado y títulos propios de Universidades españolas, siempre y cuando, de acuerdo con la documentación presentada por el interesado/a, las materias dispongan de la correspondiente calificación.

En los restantes supuestos, se procederá al reconocimiento, en el cual no se hará constar calificación particular para las materias, ni éstas se tendrán en cuenta a los efectos de ponderación final del máster oficial”.

Por su parte el artículo 6 del R.D. 1393/2007 establece la diferencia entre reconocimiento y transferencia de créditos, entendiéndose por reconocimiento “la aceptación por una universidad de los créditos que, habiendo sido obtenidos en unas enseñanzas oficiales, en la misma u otra universidad, son computados en

otras distintas a efectos de la obtención de un título oficial". Asimismo, la transferencia de créditos implica que en los documentos oficiales acreditativos de las enseñanzas seguidas por cada estudiante, se incluirá la totalidad de los créditos obtenidos en enseñanzas oficiales cursadas con anterioridad, en la misma u otra universidad que no hayan conducido a la obtención de un título oficial"

Atendiendo a esta normativa, y la del R.D. 861/2010, que en su apartado dos que modifica el artículo 6 del R.D. 1393/2007, en la que se especifica en el apartado 3 que el número de créditos que sean objeto de reconocimiento a partir de experiencias profesional o laboral y de enseñanzas universitarias no oficiales no podrá ser superior, en su conjunto, al 15 por ciento del total de créditos que constituyen el plan de estudios y que el reconocimiento de estos créditos no incorporará calificación de los mismos por lo que no computarán a efectos de baremación del expediente.

Con base a esta normativa, se propone para el Master un reconocimiento máximo de 9 créditos, si la Comisión Académica del Master, reunida al efecto considere que tanto los contenidos como las competencias a desarrollar coincidan, al menos, en un 75% con los cursos con los que se propone el reconocimiento, y que como establece la normativa provengan de títulos oficiales, que en este caso deberán ser Másteres Oficiales y/o Títulos Propios dentro de la misma rama de conocimiento, es decir Ciencias Sociales y Jurídicas. El mismo número de créditos máximo se reconocerán por la experiencia laboral en el ámbito de la Creación de Empresas y Proyectos Innovadores, cuyo perfil coincida con los contenidos de máster.

En cualquier otro caso, no será posible la convalidación o reconocimiento de créditos en el Máster Universitario en Creación de Empresas y Proyectos Innovadores de la Universidad de Cádiz, a excepción de lo establecido en el último párrafo del apartado 1.8 sobre normas de permanencia de este documento.

La resolución de convalidación/reconocimiento de estudios requerirá que el interesado/a se encuentre previamente matriculado en el Máster.

RECONOCIMIENTO DE CRÉDITOS			
CURSADOS EN ENSEÑANZAS SUPERIORES OFICIALES NO UNIVERSITARIAS:			
Mínimo:	0	Máximo:	0
CURSADOS EN TÍTULOS PROPIOS:			
Mínimo:	0	Máximo:	9
CURSADOS POR ACREDITACIÓN DE EXPERIENCIA LABORAL Y PROFESIONAL:			
Mínimo:	0	Máximo:	9

En cuanto al procedimiento de solicitud de reconocimiento se estará a lo dispuesto en el artículo 19, 20 y 21 de la Normativa de la Universidad de Cádiz sobre la adaptación, convalidación y reconocimiento de créditos BOUCA nº 91 de 02/2009.

Con relación a la transferencia de créditos, en virtud de lo señalado en el apartado 2.3 del artículo único del R.D. 861/2010, establece que la transferencia de créditos implica que, en los documentos académicos oficiales acreditativos de las enseñanzas seguidas para cada estudiante, se incluirán la totalidad de los

	Facultad de Ciencias Económicas y Empresariales	<div>MEMORIA DEL TÍTULO:</div> <div>MÁSTER UNIVERSITARIO EN CREACIÓN DE EMPRESAS, NUEVOS NEGOCIOS Y PROYECTOS INNOVADORES (MASTERUP)</div>
---	---	--

créditos obtenidos en enseñanzas oficiales cursadas con anterioridad, en la misma u otra universidad, que no hayan conducido a la obtención al título oficial, por lo que en el caso del Máster Universitario en Creación de Empresas y Proyectos Innovadores por la Universidad de Cádiz, se habilitarán los procesos administrativos conducentes a la inclusión de dichos créditos para la inclusión en el expediente académico del alumno.

4.5. Descripción de los Complementos Formativos.

No se contemplan complementos formativos en este máster.

5. Planificación de las enseñanzas.

5.1. Estructura general del plan de estudios.

La estructura del plan de estudios y número de créditos por materias se recoge en la siguiente tabla.

DISTRIBUCIÓN DEL PLAN DE ESTUDIOS EN CRÉDITOS ECTS POR MATERIA	
Créditos totales:	60
Número de créditos en Prácticas Externas:	(*)
Número de créditos Optativos:	12
Número de créditos Obligatorios:	42
Número de créditos Trabajo Fin de Máster:	6
Número de créditos de Complementos Formativos:	-

(*) Incluidos en los Optativos del perfil profesional

La estructura, cursos y distribución temporal se recogen en la tabla siguiente.

Tabla 5.2: Estructura del Máster y organización temporal

Módulo	Curso		Créditos ECTS	Semestre	Lengua
MÓDULO FUNDAMENTOS	Introducción a la Economía		4	1º	Español
	Introducción a la Economía de la Empresa		4	1º	Español
MÓDULO ESPECÍFICO	C1: Innovación y Ecosistema Emprendedor		3	1º	Español
	C2: Creatividad e innovación		3	1º	Español
	C3: Dirección de la innovación		3	1º	Español
	C4: Recursos Humanos y Equipo emprendedor		3	1º	Español
	C5: Modelos y planes de negocios		3	1º	Español
	C6: Marketing emprendedor		3	1º	Español
	C7: Cooperación innovadora		3	1º	Español
	C8: Internacionalización y empresa nacida global		3	1º	Español
	C9: Finanzas para nuevos negocios		3	1º	Español
	C10: Derecho para emprendedores		3	2º	Español
	C11: Empresa Familiar y Evolución empresarial		4	2º	Español
MÓDULO APLICACIÓN	TRABAJO FIN DE MASTER		6	2º	Español
	PERFIL PROFESIONAL (OPTATIVO)	Proyecto y defensa (práctica)	12	2º	Español

 UCA <small>Universidad de Cádiz</small>	Facultad de Ciencias Económicas y Empresariales		MEMORIA DEL TÍTULO:	
			MÁSTER UNIVERSITARIO EN CREACIÓN DE EMPRESAS, NUEVOS NEGOCIOS Y PROYECTOS INNOVADORES (MASTERUP)	

	PERFÍL INVESTIGADOR (OPTATIVO)	Investigación	12	2º	Español
TOTAL CRÉDITOS			60		

Mecanismos de Coordinación Docente

La implantación del Plan de Estudios y su posterior desarrollo exige un notable esfuerzo de coordinación por parte del personal docente y administrativo empleado. La Universidad de Cádiz, a través de su Sistema de Garantía Interna de la Calidad (SGIC), regula los procedimientos de gestión de la docencia. En este sentido, desempeña un papel especialmente importante la figura del Coordinador/a del Máster, así como del coordinador del módulo de aplicación, en caso de que lo hubiera.

El desarrollo de la docencia en módulos y cursos, requiere un esfuerzo conjunto de organización por parte del profesorado implicado, que deberá:

- Coordinar las actividades docentes dentro de una misma área de especialización
- Compartir recursos y materiales docentes
- Poner en común los criterios que aplican los docentes para evaluar la adquisición de competencias por parte de los alumnos
- Revisar y actualizar los contenidos y métodos empleados
- Intercambiar experiencias docentes

Los profesores deberán elaborar y revisar anualmente las Guías Docentes de las asignaturas, atendiendo a los objetivos establecidos en esta memoria. Para la presentación de estos documentos se ha contemplado un procedimiento específico en el SGIC. Las Guías Docentes deberán contener, como mínimo, información acerca de los siguientes aspectos:

- Denominación del curso y localización en el Plan de Estudios
- Objetivos
- Metodología de Enseñanza/Aprendizaje
- Requisitos previos de matriculación
- Contenidos
- Programación temporal del curso
- Sistemas y criterios de evaluación
- Bibliografía y recursos

Cada dos meses, el Coordinador/a del Máster convocará una reunión de la Comisión Académica del Máster, integrada por todos los coordinadores de Módulos y Cursos, para valorar el desarrollo de la docencia y los resultados obtenidos. En la reunión que da por concluido el Máster se elevará un informe final a la Comisión de Garantía Interna de Calidad del Centro.

En todo lo que no se hubiese recogido en esta memoria, se estará a lo dispuesto en la normativa vigente y a la aprobación de la Comisión de Posgrado de la Universidad de Cádiz.

	Facultad de Ciencias Económicas y Empresariales	<div>MEMORIA DEL TÍTULO:</div> <div>MÁSTER UNIVERSITARIO EN CREACIÓN DE EMPRESAS, NUEVOS NEGOCIOS Y PROYECTOS INNOVADORES (MASTERUP)</div>
---	---	--

5.2. Descripción y justificación académica del plan de estudios.

Para completar el Master, los estudiantes deben superar un total de 60 créditos ECTS, que se impartirán en un solo curso académico. Este creditaje se encuentra dentro de lo establecido en el artículo 15, apartado 2 del R.D. 1393/2007, y quedará distribuido en tres Módulos con las materias que figuran en la siguiente Tabla 5.3:

DISTRIBUCIÓN DE MÓDULOS, MATERIAS Y ASIGNATURAS					
MÓDULO	CRÉDITOS	MATERIA / Asignaturas	CRÉDITOS	CURSO	Semestres
INTRODUCCIÓN Cursos on-line MATERIAS OBLIGATORIAS	8	Introducción a la Economía	4	1º	1º
		Introducción a la Economía de la Empresa	4	1º	1º
ESPECÍFICO MATERIAS OBLIGATORIAS	34	C1: Innovación y Ecosistema Emprendedor	3	1º	1º
		C2: Creatividad e innovación	3	1º	1º
		C3: Dirección de la innovación	3	1º	1º
		C4: Recursos Humanos y Equipo emprendedor	3	1º	1º
		C5: Modelos y planes de negocios	3	1º	1º
		C6: Marketing emprendedor	3	1º	1º
		C7: Cooperación innovadora	3	1º	1º
		C8: Internacionalización y empresa nacida global	3	1º	1º
		C9: Finanzas para nuevos negocios	3	1º	1º
		C10: Derecho para emprendedores	3	1º	2º
		C11: Empresa Familiar y Evolución empresarial	4	1º	2º
APLICACIÓN	18	Trabajo fin de master	6	1º	2º
		Perfil Profesional (Optativo)	12	1º	2º
		Perfil Investigación (Optativo)	12	1º	2º

Los objetivos formativos de los diferentes cursos que componen el Módulo de Introducción y el Módulo Específico se resumen a continuación:

Módulo introducción: Dada la procedencia diversa de los alumnos en cuanto a formación en el área de empresa, este primer módulo tiene por objetivo la estandarización de conocimientos de los alumnos inscritos al master en cuanto a los aspectos vinculados al entorno en el que se mueven las organizaciones,

así como cuestiones básicas de dirección de empresa.

El contenido de este módulo se estructura en dos materias:

- F1: Introducción a la Economía (4 créditos):

El objetivo del curso es proporcionar a los alumnos los conocimientos necesarios para analizar e interpretar el socio-económico de la empresa y el papel que juega la innovación y el emprendimiento en el crecimiento económico.

Mediante el desarrollo de actividades on-line el alumno se introducirá en los conceptos y las herramientas básicas de la economía, lo que le permitirá afrontar con garantías el análisis de entorno de un proyecto; el curso también proporcionará al alumno la oportunidad de conocer el papel que juega la innovación y el emprendimiento en los actuales modelos de crecimiento económico.

- F2: Introducción a la Economía de la Empresa (4 créditos):

De la misma manera, en esta materia se pretende la estandarización del lenguaje y la precisión de los aspectos conceptuales del entorno interno de la organización: concepción sistémica, marco institucional, las diferentes áreas funcionales, así como su problemática, y análisis básico de aspectos conceptuales de la estructura organizativa. Todo ello debe ir encaminado a que el alumno desarrolle las habilidades de aprendizaje necesarias para estudios posteriores

Módulo Específico: Recoge todas aquellas materias que tienen que ver con todas aquellas competencias directamente relacionadas con el ámbito de la Creación de Empresas y Proyectos Innovadores.

El contenido de este módulo se estructura en las siguientes materias:

- C1: Ecosistema Emprendedor e innovación (3 créditos):

La perspectiva de la innovación y del emprendimiento como elementos relacionados con una serie de variables que lo condicionan es un requisito esencial para desarrollar una mentalidad emprendedora que impulse la innovación y el desarrollo de capacidades humanas y éticas. La materia pretende desarrollar en el alumno esa mentalidad emprendedora, haciéndole ver las interrelaciones sociales, económicas y culturales que relacionan el fenómeno social del proceso emprendedor e innovador con el desarrollo humano.

- C2: Creatividad y oportunidades (3 créditos):

El curso aborda un aspecto considerado trascendental tanto en la dirección de proyectos innovadores, como en la creación de empresas, proyectos culturales y sociales. La creatividad es una herramienta clave en el mundo de la empresa, de los proyectos sociales y de la cultura.

Centrado en el proyecto individual del alumno/a, se busca concienciar de las capacidades creativas que todos llevamos dentro, y de la necesidad de usar dichas capacidades en un entorno laboral muy competitivo y tecnológico. Es un curso eminentemente práctico que pretende dar a conocer y saber aplicar recursos, capacidades y técnicas creativas de probada eficacia. Aplicando dichos elementos tanto al desarrollo de nuevos proyectos empresariales, sociales y/o culturales, como a la búsqueda de nuevas oportunidades y mejoras en empresas ya existentes. En definitiva, el curso facilita el ejercicio mental para aprender a descubrir y co-crear nuevas ideas que puedan convertirse en oportunidades.

- C3: Dirección de la innovación (3 créditos):

Una vez identificadas las fuentes de creatividad, es esencial conocer el proceso que permite la materialización de dichas ideas en proyectos innovadores concretos y exitosos. Para ello es necesario conocer no sólo el proceso de invención/innovación, sino además los tipos y fuentes de innovación desde una perspectiva amplia, porque sólo de esa manera se podrán emprender proyectos innovadores en distintas disciplinas y sectores económicos. Por ello el primer objetivo es aportar conceptos novedosos de innovación, como la innovación soft, que inicialmente aplicadas a sectores como el de la industria creativa o el de la alimentación, constituye una fuente de cambio en la denominada economía de las emociones y del simbolismo. Por otro lado, se identificarán distintas medidas de la innovación que permiten a su vez abrir el abanico de posibilidades en el desarrollo de proyectos innovadores, ya que se presentan los acuerdos de cooperación, como las joint ventures, como una excelente oportunidad de acometer proyectos innovadores y emprendedores que de forma independiente no se podrían llevar a cabo. En tercer lugar se explica el proceso de dirección estratégica de la innovación, desde la etapa de diagnóstico previa, en la que es esencial la vigilancia tecnológica, hasta el posterior diseño e implantación de estrategias innovadoras que permite la creación y mantenimiento de ventajas competitivas. Para ello se presta especial atención a la protección de la innovación y a la gestión de recursos para innovar. Finalmente se analizan los tipos de estrategias de innovación que permiten situar a la empresa innovadora como líder, seguidora o imitadora. En este caso es especialmente destacable analizar el papel de las spin offs como un tipo de estrategia dependiente de innovación, que permite llevar a cabo proyectos innovadores y emprendedores tanto en el ámbito académico como institucional y empresarial.

- C4: Recursos Humanos y Equipo Emprendedor (3 créditos):

Las empresas innovadoras se caracterizan, entre otros asuntos, por desarrollar un sistema particular de prácticas de recursos humanos que integrado con la estrategia de innovación de la empresa y con la estructura organizativa permite lograr y mantener ventajas competitivas basadas en la innovación y el cambio. Por ello este curso tiene como objetivo principal identificar el papel que desempeñan los recursos humanos y su gestión en el desarrollo de proyectos innovadores y de emprendimiento. Dentro de los recursos humanos es especialmente relevante el análisis de los equipos responsables de llevar a cabo el emprendimiento y de los equipos directivos responsables

de la dirección de las empresas innovadoras. Este constituye el primer objetivo particular de este curso. El segundo objetivo, que se desprende del general, es analizar los procesos de creación y transferencia de conocimiento. En los proyectos innovadores y de emprendimiento es clave el papel del conocimiento. Es por ello que es necesario identificar los diferentes tipos de conocimiento existentes, así como comprender los procesos que permiten la externalización de los conocimientos tácitos de los individuos, que tras su posterior interiorización supondrán generar nuevo conocimiento y por tanto el surgimiento de innovaciones e ideas emprendedoras. En tercer y último lugar, en las empresas innovadoras se exige un conocimiento profundo de las distintas prácticas de recursos humanos, como reclutamiento y selección, formación y carrera, y retribución y evaluación que permiten crear una cultura orientada a la innovación y el emprendimiento. Todas estas prácticas estarán orientadas al largo plazo, tendrán un enfoque proactivo, y fomentarán y motivarán el trabajo cooperativo, bases sobre las que se asienta la innovación.

- C5: Modelos y planes de negocios (3 créditos):

El objetivo de esta materia es proporcionar a los proyectos de innovación o empresas de nueva creación los conocimientos y las herramientas necesarias para realizar un plan de negocios a partir de la formulación estratégica que surge de un exhaustivo análisis estratégico. Este plan estratégico se desarrollará en diferentes planes de actuación funcionales. La materia incluirá la realización de un análisis de la viabilidad del plan de negocio desarrollado y la aplicación de técnicas que complementen la visión tradicional del plan de empresa.

- C6: Marketing emprendedor (3 créditos):

El objetivo de esta materia es proporcionar a los proyectos de innovación o empresas de nueva creación los conocimientos y las herramientas necesarias para investigar el mercado, definir el público objetivo, captar clientes, gestionar clientes y establecer relaciones duraderas dentro de un modelo de negocio rentable, sostenible y de alto crecimiento.

- C7: Cooperación innovadora (3 créditos):

El objetivo de esta materia es proporcionar a los proyectos de innovación o empresas de nueva creación los conocimientos y las herramientas necesarias para co-crear relaciones y obtener compromisos previos con otros grupos de interés (stakeholders), con la intención de reducir la incertidumbre y el oportunismo, generar confianza, descubrir o crear oportunidades y concebir conjuntamente nuevos mercados, productos o innovaciones sociales.

- C8: Internacionalización y empresa nacida global (3 créditos):

La globalización presenta nuevas oportunidades de negocio tanto para las empresas ya existentes como para las de reciente creación. La clave del éxito no es el tamaño sino la creatividad e innovación. En los tiempos actuales, existen emprendedores que van más allá del mercado doméstico y que comienzan, casi simultáneamente, sus operaciones en entornos internacionales, lo que le está permitiendo alcanzar ventajas competitivas sostenibles. Éstas son conocidas como

“empresas emprendedoras nacidas globalmente”. Los contenidos de esta materia van encaminados a formar a los alumnos en el desarrollo de esta tipo de empresas claves para la supervivencia y prosperidad de las mismas.

- C9: Finanzas para nuevos negocios (3 créditos):

El curso pretende dotar al alumno de los conocimientos necesarios para evaluar las fuentes financieras disponibles y tomar decisiones respecto a la alternativa óptima de inversión-financiación. Una vez evaluado y aceptado el proyecto de inversión deberá determinar los estados financieros futuros con carácter previsional. Además, se aportarán los conocimientos necesarios para interpretar dichos estados financieros, permitiéndole analizar la solvencia, rentabilidad, la estructura de costes e ingresos. Estos aspectos financieros se adaptarán a las características de los proyectos nacientes, ya sean de nuevas empresas o de proyectos de innovación en las existentes.

- C10: Derecho para emprendedores (3 créditos):

Un aspecto clave en la puesta en marcha de un proyecto empresarial cultural o social es el conocimiento de los aspectos del ordenamiento jurídico que tienen incidencia en su lanzamiento o administración. A lo largo del curso se analizarán los diversos tipos sociales que ofrece el ordenamiento español y los instrumentos para organizar una actividad comercial, comprendiendo las ventajas y desventajas de cada uno de ellos, en particular las diferentes figuras de propiedad industrial, los diversos tipos de impuestos y las obligaciones fiscales que pesan sobre el empresario y la actividad comercial en general, con especial orientación a las primeras fases del ciclo de vida de la empresa, así como las nociones generales de derecho del trabajo, de forma que el futuro emprendedor pueda adoptar las medidas pertinentes en el campo de la contratación laboral.

- C11: Empresa Familiar y Evolución empresarial (4 créditos):

La evolución de un proyecto emprendedor a lo largo del tiempo puede llevar a su continuidad o bien a su fin. La continuidad del proyecto se realiza habitualmente mediante la transmisión de la gestión y la propiedad a los herederos del emprendedor, es decir, a su conversión en una empresa familiar. Los contenidos de esta materia abarcan los principales retos de la empresa familiar en el siglo XXI: profesionalización, innovación y buen gobierno, desde una perspectiva aplicada. El objetivo de esta materia es que el alumno pueda incorporar a su proyecto las herramientas de gestión necesarias para mantener y transmitir su legado vital y empresarial, procurando su continuidad a lo largo del tiempo. Se analizan además las principales causas de fracaso de los proyectos emprendedores, así como las actividades a realizar para un cierre ordenado de la actividad.

Módulo de Aplicación

Conviene precisar la importancia que tiene el módulo de Aplicación dentro de la estructura del Máster. Está constituido por el trabajo fin de master y las prácticas en empresas o el trabajo de investigación

- El **Trabajo fin de Máster** Consistirá en una memoria que contenga: 1) una síntesis del valor añadido por las distintas materias al proyecto del alumno; 2) una síntesis del valor añadido por las prácticas (en el caso del perfil profesional) al proyecto del alumnos; y, 3) el proyecto completo del alumno, que partiendo del proyecto inicialmente presentado ha desarrollado y modificado a lo largo del master. Este trabajo, de 6 créditos ECTS, será evaluado por el Tutor y por un Tribunal compuesto por tres miembros profesores del Máster nombrados a propuesta del Coordinador del Módulo de Aplicación.

El proyecto completo puede referirse a: un proyecto de innovación en materia empresarial, social o de ámbito cultural; un proyecto de nuevo negocio o diversificación de las actividades existentes de una empresa; o, un proyecto de creación de empresa.

- Las **prácticas** de empresas se realizarán con el objetivo de incorporar al proyecto del alumno la experiencia obtenida en la misma. Tendrán un valor de 12 créditos.
- Materia de **Investigación**: para obtener los 12 créditos ECTS opcionales del perfil investigador, el alumno deberá cumplimentar:
 - Metodología de investigación cuantitativas y cualitativa, y Líneas de investigación en Entrepreneurship: de 4 créditos ECTS;
 - La realización de un Trabajo de investigación relacionado con el entrepreneurship: de 8 créditos ECTS. El trabajo Sera dirigidos por un profesor doctor de los Departamentos que imparten docencia en el Master, con objeto de darle continuidad a la carrera académica/investigadora en el marco de lo establecido por Comisión de Posgrado de la Universidad de Cádiz.

El Sistema Europeo de Transferencia y Acumulación de Créditos (ECTS) centra la medición de los créditos en la carga global de trabajo del estudiante. Constituye la base sobre la que construir un programa de aprendizaje centrado en la adquisición de competencias, que comprenda no sólo clases presenciales, sino también otro tipo de actividades docentes, dirigidas o no por el profesor y que pueden desarrollarse dentro o fuera del aula.

La Universidad de Cádiz adoptó como referencia que un crédito ECTS equivale a 25 horas de trabajo del alumno que habrán de comprender, entre otras, las siguientes modalidades organizativas:

- Docencia presencial
- Trabajos académicamente dirigidos, en grupo y/o individuales, realizados fuera del aula.
- Trabajos académicamente dirigidos, en grupo y/o individuales, dentro del aula.
- Estudio autónomo y preparación de exámenes y/o pruebas
- Celebración de exámenes y/o pruebas de evaluación en su caso.

Las actividades docentes mencionadas anteriormente así como su peso relativo en horas de trabajo para el alumno/a se especificarán en las guía docentes de cada curso, desglosado por sesiones, profesor asignado a cada sesión, horas de docencia presencial, trabajos académicos dirigidos y distribuidos y estudio autónomo, todo ello por sesión, así como los criterios de evaluación antes mencionados.

5.2.1. Actividades Formativas

Las actividades formativas correspondientes al Master Universitario en Creación de Empresas y Proyectos Innovadores quedan definidas en las siguientes tablas:

ACTIVIDADES FORMATIVAS DEL PLAN DE ESTUDIOS	
NÚMERO	DESCRIPCIÓN DE LA ACTIVIDAD FORMATIVA
1	Material Docente Volcado en Plataforma Virtual: Se proporcionarán diversas lecturas relacionadas con los tópicos (citados en los contenidos), y otras referencias bibliográficas a través de la plataforma virtual Moodle, cuyos contenidos permitirán al coordinador y profesores de la materia cumplir con los resultados de aprendizaje.
2	Horas de trabajo no presenciales: En las que el alumno desarrollará su capacidad de aprendizaje autónomo a través del estudio, la solución de casos y el desarrollo de su proyecto.
3	Exposiciones teórico-prácticas: Exposición por parte del profesor sobre los conceptos fundamentales de los contenidos de la sesión, con el apoyo de presentaciones audiovisuales, y la promoción de debates en el aula con el objetivo de despertar la curiosidad y el interés del alumnado
4	Resolución de estudios de caso: ya sea individual y/o en grupo con objeto de que el alumno adquiera las destrezas, competencias, transversales y específicas propuestas para el curso, en función de los contenidos expuestos en las sesiones teóricas
5	Examen de conocimientos: En las que el alumno mostrará los conocimientos adquiridos de una manera integrada y holística en un contexto más amplio de decisión.
6	Debate Mesa-Redonda: Participado con expertos en las materias del master con una participación especialmente activa del alumno.
7	Desarrollo de una memoria de síntesis: Guiada por el tutor académico, el alumno realizará un Trabajo

	Fin de Master en el que se ponga de manifiesto la asimilación de conceptos en cuanto a los contenidos del mismo.
8	Visitas de tutorización: El alumno tiene el derecho y el deber de concertar y asistir con su tutor las visitas de tutorización a efectos de coordinación del Trabajo Fin de Master como de las Prácticas en Empresas o Trabajo de investigación.
9	Desarrollo del Plan de Prácticas asignado: Por el Coordinador del Módulo de Aplicación del Máster.
10	Desarrollo del Proyecto Innovador, de Nuevo Negocio o de Creación de empresa: Por el Coordinador del Módulo de Aplicación del Máster.
11	Desarrollo de un Trabajo de Investigación: Trabajo de investigación diseñado por el Alumno conjuntamente con el Tutor Académico y asesorado por éste último

5.2.2. Metodologías Docentes.

Las metodologías docentes correspondientes al Master Universitario en Creación de Empresas, Nuevos Negocios y Proyectos Innovadores se muestran en las siguientes tablas:

METODOLOGÍAS DOCENTES DEL PLAN DE ESTUDIOS	
NÚMERO	DESCRIPCIÓN DE LA METODOLOGÍA DOCENTE
1	Acceso a Campus Virtual: La característica fundamental de esta metodología es su flexibilidad de horario, pues el alumno puede organizar sus horas de estudio según sus necesidades o su tiempo disponible. A través del Accesos a Campus Virtual de la Universidad de Cádiz, se facilitará al alumno el material didáctico así como a herramientas para contactar con los compañeros del curso y con los profesores que imparten el módulo con objeto de organizar el estudio, consultar dudas e intercambiar información.
2	Actividades prácticas on-line: Periódicamente los profesores encargados del módulo irán subiendo al Campus Virtual los contenidos teóricos y las actividades prácticas on-line a realizar por los alumnos. Éstas últimas tendrán un plazo de entrega fijado por los profesores. Una vez expirado el plazo de entrega, los profesores procederán a corregir las actividades y a explicar las cuestiones relevantes que ellos consideren oportunas. El control de estas actividades puede ser realizado en su totalidad a través de las

	herramientas de la plataforma Moodle, en la que el alumno está registrado con todos sus datos personales, y en la que queda registrada cuantas entradas realiza el alumno, hora de entrada y de salida, tareas y actividades realizadas, consultas al profesor, pruebas de conocimiento llevados a cabo por cada alumno, tiempo dedicado a la misma, etc..
3	Docencia presencial/participativa teórica: La docencia se desarrollará de manera presencial en sesiones tanto teóricas como prácticas. En las sesiones teóricas se estimulará la participación del alumno a través del debate y la reflexión conjunta.
4	Actividad presencial práctica: Para cada uno de los bloques temáticos se desarrollarán actividad práctica al objeto que el alumno perciba la aplicabilidad de los conocimientos transmitidos.
5	Trabajo cooperativo y en equipo: Dentro de estas actividades se propone la resolución de mini-casos en grupo, el análisis de noticias relacionadas con el desarrollo o el éxito de estrategias empresariales y el la resolución de problemas simulados.
6	Sesiones colectivas de debate: Al igual que en las sesiones teóricas se estimulará el trabajo cooperativo y en equipo de los alumnos y se pondrán en común en sesiones colectivas de debate.
7	Análisis de casos: los alumnos podrán simular situaciones reales en empresas a partir de casos de empresas, en los que tengan que resolver un problema real, de forma individual o en grupo
8	Seguimiento de la memoria por parte del tutor académico: el alumno tendrá un seguimiento del Trabajo Fin de Máster por parte del Tutor Académico de una manera periódica en el que le indicará sobre estructura, contenido, etc. y asesorará de cara a su exposición pública.
9	Aplicación de un estudio en la empresa asignada al alumno: asesorado por el tutor tanto académico como por el tutor en la empresa, el alumno realizará un trabajo aplicado en la empresa asignada, que posteriormente tendrá que defender ante un tribunal. La labor de asesoramiento del tutor académico prestará especial relevancia en cuanto al seguimiento, y consejos de carácter metodológico y expositivo.
10	Aplicación de un estudio de investigación vinculado al ámbito de la dirección de empresas: Asesorado por el tutor académico, el alumno realizará un trabajo de investigación. Este asesoramiento se centrará en la cuestión de investigación a desarrollar, fundamentos teóricos y metodológicos, e implicaciones para la comunidad tanto académica como profesional.

5.2.3. Sistemas de Evaluación.

Los sistemas de evaluación empleados en el Master Universitario en Creación de Empresas y Proyectos Innovadores quedan recogidos en las siguientes tablas:

SISTEMAS DE EVALUACIÓN DEL PLAN DE ESTUDIOS	
NÚMERO	DESCRIPCIÓN DE LOS SISTEMAS DE EVALUACIÓN
1	Resolución de las actividades on-line
2	Participación activa en los FOROS DE DUDAS y realización de las actividades en los FOROS PREGUNTAS-RESPUESTAS
3	Participación activa e interés del alumno en las actividades colectivas programadas
4	Resolución y defensa de trabajos individuales y/o en grupo en las que se apliquen los contenidos impartidos
5	Examen escrito de conocimientos
6	Evaluación del Trabajo Fin de Master por el tutor académico
7	Defensa del Trabajo Fin de Master ante un tribunal
8	Cuestionario de valoración del tutor académico

5.3. Planificación y gestión de la movilidad de estudiantes propios y de acogida.

Existe un preacuerdo con la Universidad Leuphana Universität Lüneburg de Alemania para ofrecer un intercambio de cinco alumnos de la UCA, de forma optativa, a cambio de recibir otros cinco alumnos de Leuphana que recibirían la docencia en español. En el Anexo III se incluye carta de intenciones firmada por la Directora del Instituto para el Desarrollo Empresarial del Departamento de Dirección de la Innovación, Universidad de Lüneburg Profesora Ursula Weisenfeld.

5.4. Descripción de los módulos. Fichas de las asignaturas.

FICHA DE MÓDULO	
DENOMINACIÓN DEL MÓDULO:	Introducción

ASIGNATURA 1			
Asignatura 1:	Introducción a la Economía		
CARÁCTER:	Obligatorio	IDIOMA DE IMPARTICIÓN:	Español
ECTS ASIGNATURA:	4	DESPLIEGUE TEMPORAL:	1º semestre

ASIGNATURA 2			
Asignatura 1:	Introducción a la Economía de la Empresa		
CARÁCTER:	Obligatorio	IDIOMA DE IMPARTICIÓN:	Español
ECTS ASIGNATURA:	4	DESPLIEGUE TEMPORAL:	1º semestre

FICHA DE MÓDULO	
DENOMINACIÓN DEL MÓDULO:	Específico

ASIGNATURA 1			
Asignatura 1:	Ecosistema emprendedor e innovación		
CARÁCTER:	Obligatorio	IDIOMA DE IMPARTICIÓN:	Español
ECTS ASIGNATURA:	3	DESPLIEGUE TEMPORAL:	1º semestre

ASIGNATURA 2			
Asignatura 1:	Creatividad y oportunidades		
CARÁCTER:	Obligatorio	IDIOMA DE IMPARTICIÓN:	Español
ECTS ASIGNATURA:	3	DESPLIEGUE TEMPORAL:	1º semestre

ASIGNATURA 3			
Asignatura 1:	Dirección de la innovación		
CARÁCTER:	Obligatorio	IDIOMA DE IMPARTICIÓN:	Español
ECTS ASIGNATURA:	3	DESPLIEGUE TEMPORAL:	1º semestre

ASIGNATURA 4			
Asignatura 1:	Recursos Humanos y equipo emprendedor		
CARÁCTER:	Obligatorio	IDIOMA DE IMPARTICIÓN:	Español
ECTS ASIGNATURA:	3	DESPLIEGUE TEMPORAL:	1º semestre

ASIGNATURA 5			
Asignatura 1:	Modelos y planes de negocios		
CARÁCTER:	Obligatorio	IDIOMA DE IMPARTICIÓN:	Español

ECTS ASIGNATURA:	3	DESPLIEGUE TEMPORAL:	1º semestre
------------------	---	----------------------	-------------

ASIGNATURA 6			
Asignatura 1:	Marketing Emprendedor		
CARÁCTER:	Obligatorio	IDIOMA DE IMPARTICIÓN:	Español
ECTS ASIGNATURA:	3	DESPLIEGUE TEMPORAL:	1º semestre

ASIGNATURA 7			
Asignatura 1:	Cooperación innovadora		
CARÁCTER:	Obligatorio	IDIOMA DE IMPARTICIÓN:	Español
ECTS ASIGNATURA:	3	DESPLIEGUE TEMPORAL:	1º semestre

ASIGNATURA 8			
Asignatura 1:	Internacionalización y Empresa Nacida Global		
CARÁCTER:	Obligatorio	IDIOMA DE IMPARTICIÓN:	Español
ECTS ASIGNATURA:	3	DESPLIEGUE TEMPORAL:	1º semestre

ASIGNATURA 9			
Asignatura 1:	Finanzas para nuevos negocios		
CARÁCTER:	Obligatorio	IDIOMA DE IMPARTICIÓN:	Español
ECTS ASIGNATURA:	3	DESPLIEGUE TEMPORAL:	1º semestre

ASIGNATURA 10			
Asignatura 1:	Derecho para emprendedores		
CARÁCTER:	Obligatorio	IDIOMA DE IMPARTICIÓN:	Español
ECTS ASIGNATURA:	3	DESPLIEGUE TEMPORAL:	2º semestre

ASIGNATURA 11			
Asignatura 1:	Empresa Familiar y evolución empresarial		
CARÁCTER:	Obligatorio	IDIOMA DE IMPARTICIÓN:	Español
ECTS ASIGNATURA:	4	DESPLIEGUE TEMPORAL:	2º semestre

FICHA DE MÓDULO	
DENOMINACIÓN DEL MÓDULO:	Aplicación

ASIGNATURA 1			
Asignatura 1:	Trabajo fin de máster		
CARÁCTER:	Obligatorio	IDIOMA DE IMPARTICIÓN:	Español
ECTS ASIGNATURA:	6	DESPLIEGUE TEMPORAL:	2º semestre

ASIGNATURA 2			
Asignatura 1:	Prácticas en empresas		
CARÁCTER:	Obligatorio	IDIOMA DE IMPARTICIÓN:	Español
ECTS ASIGNATURA:	12	DESPLIEGUE TEMPORAL:	2º semestre

ASIGNATURA 3

Asignatura 1:	Investigación		
CARÁCTER:	Obligatorio	IDIOMA DE IMPARTICIÓN:	Español
ECTS ASIGNATURA:	12	DESPLIEGUE TEMPORAL:	2º semestre

Fichas de las asignaturas.

MATERIA: Introducción a la economía		MÓDULO AL QUE PERTENECE: Módulo Introducción	
Créditos ECTS	4 créditos	Carácter	Obligatoria
Unidad temporal	1º semestre	Itinerario	Único
Requisitos previos			
No tiene			
Breve descripción y objetivos			
<p>El objetivo del curso es proporcionar a los alumnos los conocimientos necesarios para analizar e interpretar el entorno socio-económico de la empresa y el papel que juega la innovación y el emprendimiento en el crecimiento económico.</p> <p>Mediante el desarrollo de actividades on-line el alumno se introducirá en los conceptos y las herramientas básicas de la economía, lo que le permitirá afrontar con garantías el análisis de entorno de un proyecto; el curso también proporcionará al alumno la oportunidad de conocer el papel que juega la innovación y el emprendimiento en los actuales modelos de crecimiento económico.</p>			
Resultados de aprendizaje			
<p>Al finalizar el curso el estudiante será capaz de:</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Comprender y utilizar el lenguaje económico básico relacionado con el emprendimiento y la innovación. 2. Conocer los principales instrumentos y herramientas para profundizar en el conocimiento y análisis del entorno económico y empresarial. 3. Entender la estructura del sector en el que se mueve la empresa. 4. Entender el papel del emprendimiento y la innovación en el crecimiento económico. 			
Contenidos		Sesiones/Horas	Presencialidad
<ul style="list-style-type: none"> • Conceptos básicos de economía. • Herramientas para el análisis del entorno económico. • Análisis sectorial. • Emprendimiento, innovación y desarrollo económico. 		On-line	On-line

Competencias

CG2- Que los estudiantes sepan aplicar los conocimientos adquiridos y su capacidad de resolución de problemas en entornos nuevos o poco conocidos dentro de contextos más amplios (o multidisciplinares) relacionados con la Dirección de Proyectos Innovadores y Emprendimiento.

CG4- Que los estudiantes sepan comunicar sus conclusiones – y los conocimientos y razones últimas que las sustentan- de un modo claro y sin ambigüedades a un público especializado o no especializado.

CG14- Capacidad de análisis que le permita distinguir entre lo importante de lo accesorio cuando se aborden situaciones complejas.

CG18- Capacidad de síntesis de manera que la misma se convierta en una herramienta a aplicar en cualquier proceso en el ámbito emprendedor e innovador.

CE7- Conocimiento y comprensión de la distinción, análisis, evaluación e interpretación del contexto externo de las organizaciones, en el ámbito económico, industrial, político, social, y cultural, en el cual éstas se desenvuelven.

Actividades formativas

Material Docente Volcado en Plataforma Virtual: Se proporcionarán lecturas y referencias bibliográficas a través de la plataforma virtual Moodle, cuyos contenidos permitirán al coordinador y profesores de la materia cumplir con los resultados de aprendizaje (0horas) (**PRESENCIALIDAD: 0%**)

Horas de trabajo no presenciales: En las que el alumno desarrollará su capacidad de aprendizaje autónomo a través del estudio, la participación en foros y la solución de actividades en la plataforma Campus Virtual (100 horas) (**PRESENCIALIDAD: 0%**)

Total: 100 h.

Metodología docente utilizada

Acceso a Campus Virtual: La materia Fundamentos de Economía es exclusivamente a distancia. La característica fundamental de esta metodología es su flexibilidad de horario, pues el alumno puede organizar sus horas de estudio según sus necesidades o su tiempo disponible. A través del Acceso a Campus Virtual de la Universidad de Cádiz se facilitará al alumno el material didáctico así como las herramientas para contactar con los compañeros del curso y con los profesores que imparten el módulo con objeto de organizar el estudio, consultar dudas e intercambiar información.

Actividad prácticas on-line: Periódicamente los profesores encargados del módulo irán subiendo al Campus Virtual los contenidos teóricos y las actividades prácticas on-line a realizar por los alumnos. Éstas últimas tendrán un plazo de entrega fijado por los profesores. Una vez expirado el plazo de entrega, los profesores procederán a corregir las actividades y a explicar las cuestiones relevantes que ellos consideren oportunas.

Métodos de evaluación

Mín.

Max.

Participación activa e interés del alumno en las actividades colectivas programadas	10%	30%
Resolución de las actividades planteadas on-line	40%	80%
Examen de conocimientos	10%	30%

MATERIA: Introducción a la economía de la empresa		MÓDULO AL QUE PERTENECE: Módulo Introducción	
Créditos ECTS	4 créditos	Carácter	Obligatoria
Unidad temporal	1er Semestre	Itinerario	Único
Requisitos previos			
No tiene			
Breve descripción y objetivos			
El objetivo de este módulo es que el alumno adquiera unos conocimientos básicos de la empresa que incluyan el concepto de empresa, su marco institucional y los aspectos más relevantes relativos a su organización y gestión. Todo ello debe ir encaminado a que el alumno desarrolle las habilidades de aprendizaje necesarias para estudios posteriores.			
Resultados de aprendizaje			
Al finalizar el curso el estudiante será capaz de:			
<ul style="list-style-type: none"> Comprender el concepto de empresa, el papel del empresario y su relación con la innovación. Entender las características más importantes de la empresa como sistema y su relación con el entorno. Distinguir los aspectos diferenciales de cada uno de los subsistemas empresariales: administración, producción, comercial y financiero. Apreciar el valor de las distintas técnicas de la gestión y administración. 			
Contenidos		Sesiones/Horas	Presencialidad
<ul style="list-style-type: none"> Fundamentos de Empresa: el empresario y la innovación. El subsistema Dirección y Gestión. El subsistema de Producción. El subsistema Comercial. El subsistema Financiero. 		On-Line	Todas las sesiones se realizarán On-line a través de la plataforma del Campus Virtual de la Universidad de Cádiz
Competencias			

CG2- Que los estudiantes sepan aplicar los conocimientos adquiridos y su capacidad de resolución de problemas en entornos nuevos o poco conocidos dentro de contextos más amplios (o multidisciplinares) relacionados con la Dirección de Proyectos Innovadores y Emprendimiento.

CG5- Que los estudiantes posean las habilidades de aprendizaje que les permitan continuar estudiando de un modo que habrá de ser en gran medida autodirigido o autónomo. Dicha autonomía también se ha de lograr para participar en proyectos de investigación y colaboraciones científicas o tecnológicas en el ámbito de la Dirección de Proyectos Innovadores y Emprendimiento.

CG18- Capacidad de síntesis de manera que la misma se convierta en una herramienta a aplicar en cualquier proceso en el ámbito emprendedor e innovador.

CE8- Conocimiento y comprensión de la distinción, análisis, evaluación e interpretación del contexto interno de las organizaciones.

CE9- Capacidad de definir las herramientas de planificación estratégica más adecuadas a cada contexto.

Actividades formativas

Material Docente Volcado en Plataforma Virtual: Se proporcionarán lecturas y referencias bibliográficas a través de la plataforma virtual Moodle, cuyos contenidos permitirá al coordinador y profesores de la materia cumplir con los resultados de aprendizaje. (0 h.) **(PRESENCIALIDAD: 0%)**

Horas de trabajo no presenciales: En las que el alumno desarrollará su capacidad de aprendizaje autónomo a través del estudio, la participación en foros y la solución de actividades a través de la plataforma del Campus Virtual. (100 h.) **(PRESENCIALIDAD: 0%)**

Participación en FOROS: Participación activa en los diferentes FOROS habilitados en la plataforma del Campus Virtual, lo que permitirá al alumno adquirir las destrezas y competencias propuestas para el curso, en función de los contenidos expuestos en la plataforma del Campus Virtual. **(PRESENCIALIDAD: 0%)**

Total: 100 h.

Metodología docente utilizada

Acceso a Campus Virtual: La materia Fundamentos de Empresa es exclusivamente a distancia. La característica fundamental de esta metodología es su flexibilidad de horario, pues el alumno puede organizar sus horas de estudio según sus necesidades o su tiempo disponible.

Docencia teórica on-line: La docencia en este curso se desarrollará de manera virtual en sesiones habilitadas a través de la plataforma del Campus Virtual de la Universidad de Cádiz, siguiendo para ello un cronograma de actuación tanto para la docencia teórica como para la práctica. A lo largo del curso se estimulará la participación del alumno a través del debate y la reflexión conjunta, habiéndose habilitado para ello diferentes foros.

A través del Accesos a Campus Virtual, se facilitará al alumno el material didáctico así como a herramientas para contactar con los compañeros del curso y con los profesores que imparten el módulo

con objeto de organizar el estudio, consultar dudas e intercambiar información.

Actividades prácticas on-line: Periódicamente, y para cada uno de los bloques temáticos, los profesores encargados del módulo irán subiendo al Campus Virtual los contenidos teóricos y las actividades prácticas on-line a realizar por los alumnos. Éstas últimas tendrán un plazo de entrega fijado por los profesores. Una vez expirado el plazo de entrega, los profesores procederán a corregir las actividades y a explicar las cuestiones relevantes que ellos consideren oportunas, al objeto que el alumno perciba la aplicabilidad de los conocimientos transmitidos.

Trabajo cooperativo y en equipo on-line: Dentro de estas actividades se propone la resolución de cuestiones en grupo a través de los foros de preguntas-respuestas abiertos, así como la participación en cada uno de los foros de dudas establecidos para los diferentes contenidos temáticos del curso, estimulando con ello el trabajo cooperativo y en equipo de los alumnos.

Métodos de evaluación	Min.	Max.
Participación activa e interés del alumno en las actividades colectivas programadas	10%	30%
Resolución de las actividades planteadas on-line	40%	80%
Examen de conocimientos	10%	30%

MATERIA: Ecosistema emprendedor e innovación		MÓDULO AL QUE PERTENECE: Módulo Específico	
Créditos ECTS	3 créditos	Carácter	Obligatoria
Unidad temporal	1 ^{er} semestre	Itinerario	Único
Requisitos previos			
No tiene			
Breve descripción y objetivos			
La perspectiva de la innovación y del emprendimiento como elementos relacionados con una serie de variables que lo condicionan es un requisito esencial para desarrollar una mentalidad emprendedora que impulse la innovación, nuevos negocios y el desarrollo de capacidades humanas y éticas. La materia pretende desarrollar en el alumno esa mentalidad emprendedora, haciéndole ver las interrelaciones sociales, económicas y culturales que relacionan el fenómeno social del proceso emprendedor e innovador con el desarrollo humano.			
Resultados de aprendizaje			
Al finalizar el curso el estudiante será capaz de:			
Valorar la importancia del fenómeno emprendedor y de la innovación en el desarrollo económico, cultural y social.			

Adquirir una visión global del emprendimiento y de su relación con la innovación y el desarrollo humano. Identificar las características y variables que influyen en la existencia y evolución de sociedades emprendedoras.

Entender que los procesos de innovación y emprendimiento por oportunidad son resultados de un sistema de relaciones que se retroalimenta.

Comprender que la historia genera referentes cognitivos que influyen en la intención emprendedora de las personas y en su autoconfianza para emprender.

Conocer las principales herramientas de observación y análisis del fenómeno emprendedor (Global Entrepreneurship Monitor, Doing Business, Panel Study of Entrepreneurial Dynamic, etc.).

Entender la relación entre el desarrollo de capacidades personales, el desarrollo de iniciativas emprendedoras y el desarrollo económico y humano.

Comprender los falsos mitos del emprendedor y de la innovación.

Valorar la importancia del entusiasmo, la creación de valor, la capacitación técnica y directiva, y la persistencia ante el fracaso.

Contenidos	Sesiones/Horas	Presencialidad
Presentación del ecosistema de la innovación y el emprendimiento	1 sesión/2 horas	Todas las sesiones son presenciales para los estudiantes
Entornos estables y entornos inciertos: la sociedad emprendedora	2 sesiones/2 horas	
El fenómeno emprendedor y la innovación: condicionantes.	2 sesiones/2 horas	
	2 sesiones/2 horas	
Tipología de países, competencia e innovación.	1 sesión/2 horas	
El contexto social: mujer, emprendimiento e innovación; innovación, cultura y productividad, algunos resultados prácticos.	2 sesiones/2 horas	
El método emprendedor: la efectuación como modelo; el desarrollo de capacidades humanas.	2 sesiones/2 horas	
La historia importa: los referentes regionales cercanos en materia de emprendimiento y su impacto regional.	2 sesiones/2 horas	

Competencias

CG3- Ser capaces de integrar los conocimientos adquiridos para enfrentarse a la complejidad de formular juicios a partir de una información que, siendo incompleta o limitada, incluya reflexiones sobre las responsabilidades sociales y éticas vinculadas a la aplicación de sus conocimientos y juicios.

CG8- Saber evaluar y seleccionar la teoría científica adecuada y la metodología precisa para formular juicios a partir de información incompleta o limitada incluyendo, cuando sea preciso y pertinente, una reflexión sobre la responsabilidad social o ética ligada a la solución que se proponga en cada caso.

CE3- Capacidad de identificar distintas fuentes de innovación y desarrollar estrategias para el logro,

protección y mantenimiento de ventajas competitivas en los Proyectos Innovadores y Emprendimiento.

CE8- Conocimiento y comprensión de la distinción, análisis, evaluación e interpretación del contexto interno de las organizaciones.

Actividades formativas

Exposiciones teórico-prácticas: Exposición por parte del profesor sobre los conceptos fundamentales de los contenidos de la sesión con el apoyo de presentaciones audiovisuales y el desarrollo de debates en el aula con el objetivo de despertar la curiosidad y el interés del alumnado (18 horas) **(PRESENCIALIDAD: 100%)**

Aplicación práctica: Trabajo sobre el proyecto.

Individualmente o en grupo, los alumnos trabajarán los contenidos sobre su proyecto, identificando los aspectos del ecosistema que les puede afectar. De esta manera no sólo se busca la mejora del proyecto a desarrollar por el alumno, también de esta manera los alumnos adquieren las destrezas, competencias, transversales y específicas propuestas (6 horas) **(PRESENCIALIDAD: 100%)**

Horas de trabajo no presenciales: En las que el alumno desarrollará su capacidad de aprendizaje autónomo a través del estudio y la solución de casos (51 horas) **(PRESENCIALIDAD: 0%)**

Total: 75 h.

Metodología docente utilizada

Docencia presencial/participativa teórica:

La docencia se desarrollará de manera presencial en sesiones teórico-prácticas. Cada conjunto de dos sesiones (4 horas) se estructura el contenido en dos partes:

Se inician las sesiones con un ejercicio de participación práctica. Se plantea un problema que aparentemente no tiene relación con la temática del curso. Se debate y se resuelve en grupo, propiciando que participen a lo largo del curso todos los integrantes del grupo.

Posteriormente el profesor descubre la relación del problema con la materia de la sesión y desarrolla los contenidos conceptuales de la misma.

Se solicita a los alumnos que relacionen los conceptos desarrollados en la clase con su proyecto y los vayan incorporando al trabajo final del curso.

Análisis de casos:

Se suele terminar la sesión con la exposición de un mini caso o ejemplo real normalmente en soporte audiovisual.

Métodos de evaluación	Min.	Max.
Participación activa e interés del alumno en las actividades colectivas programadas	10%	30%
Resolución y defensa de un trabajo individual, o eventualmente en grupo, en el que se apliquen los contenidos impartidos	40%	80%
Examen de conocimientos		

MATERIA: Creatividad y oportunidades		MÓDULO AL QUE PERTENECE: Módulo Específico		
Créditos ECTS	3 créditos	Carácter	Obligatoria	
Unidad temporal	1 ^{er} semestre	Itinerario	Único	
Requisitos previos				
No tiene				
Breve descripción y objetivos				
El curso aborda un aspecto considerado trascendental tanto en la dirección de proyectos innovadores, como en la creación de empresas, proyectos culturales y sociales. La creatividad es una herramienta clave en el mundo de la empresa, de los proyectos sociales y de la cultura. Centrado en el proyecto individual del alumno/a, se busca concienciar de las capacidades creativas que todos llevamos dentro, y de la necesidad de usar dichas capacidades en un entorno laboral muy competitivo y tecnológico. Es un curso eminentemente práctico que pretende dar a conocer y saber aplicar recursos, capacidades y técnicas creativas de probada eficacia. Aplicando dichos elementos tanto al desarrollo de nuevas proyectos empresariales, sociales y/o culturales, como a la búsqueda de nuevas oportunidades y mejoras en empresas ya existentes. En definitiva, el curso facilita el ejercicio mental para aprender a descubrir y co-crear nuevas ideas que puedan convertirse en oportunidades.				
Resultados de aprendizaje				
Al finalizar el curso el estudiante será capaz de:				
<ul style="list-style-type: none">• Determinar y localizar oportunidades de negocio que le permitan desarrollar su idea.• Conocer técnicas que le permitirán identificar, desarrollar y crear oportunidades de mercado mediante la creatividad y la innovación.• Poseer y comprender conocimientos que le aporten una base u oportunidad de ser originales en el desarrollo y/o aplicación de ideas, a menudo en un contexto de investigación.• Transmitir ideas y criterios propios de la defensa• Profundizar en el proceso de creación de empresa e identificar y evaluar las oportunidades de negocio.				
Contenidos		Sesiones/Horas	Presencialidad	
<ul style="list-style-type: none">• No tengo ninguna idea buena. Introducción al desafío innovador / emprendedor: la idea.• Técnicas de creatividad• Detección de oportunidades, formar y reformar tu idea• El principio de pájaro en mano		1 sesiones/2 horas 2 sesiones/2 horas 2 sesiones/2 horas 1 sesiones/2 horas 2 sesiones/2 horas	Todas las sesiones son presenciales para los estudiantes	

<ul style="list-style-type: none"> Comprender la transformación del proceso creativo El principio de pérdida asumible Prueba de concepto /comunicación y venta Producto mínimo viable / caso real emprendedor-innovador 	<p>1 sesiones/2 horas</p> <p>2 sesiones/2 horas</p> <p>2 sesiones/2 horas</p>	
Competencias		
<p>CG1- Poseer y comprender conocimientos avanzados en el ámbito de la Dirección de Proyectos Innovadores y Emprendimiento que aporten una base u oportunidad de ser originales en el desarrollo y aplicación de ideas, a menudo en un contexto de investigación.</p> <p>CG2- Que los estudiantes sepan aplicar los conocimientos adquiridos y su capacidad de resolución de problemas en entornos nuevos o poco conocidos dentro de contextos más amplios (o multidisciplinares) relacionados con la Dirección de Proyectos Innovadores y Emprendimiento</p> <p>CG13- Capacidad de concebir, diseñar o crear, poner en práctica y adoptar un proceso sustancial de investigación o creación.</p> <p>CE1- Capacidad de identificar los recursos y capacidades, así como las técnicas que le permitan determinar y localizar oportunidades innovadoras y de creación, que a su vez generen ventajas competitivas en el ámbito de la Dirección de Proyectos Innovadores y Emprendimiento</p> <p>CE2- Conocimiento de los distintos aspectos relacionados con la detección de oportunidades innovadoras y de creación, así como de las distintas herramientas para elaborar una presentación adecuada de la misma, en el ámbito de la Dirección de Proyectos Innovadores y Emprendimiento.</p>		
Actividades formativas		
<p>Exposiciones teórico-prácticas: Exposición por parte del profesor sobre los conceptos fundamentales de los contenidos de la sesión, con el apoyo de presentaciones audiovisuales, y la promoción de debates en el aula con el objetivo de despertar la curiosidad y el interés del alumnado (12 horas) (PRESENCIALIDAD: 100%)</p> <p>Trabajo sobre el proyecto: individualmente, o eventualmente en grupo, cada alumno trabajará los contenidos sobre su proyecto. Con esto no solo se busca mejorar y aplicar su proyecto, sino también que el alumno adquiera las destrezas, competencias, transversales y específicas propuestas para el curso, en función de los contenidos expuestos en las sesiones teóricas (12 horas) (PRESENCIALIDAD: 100%)</p> <p>Horas de trabajo no presenciales: En las que el alumno desarrollará su capacidad de aprendizaje autónomo a través del estudio y la aplicación de los contenidos a su proyecto (51 horas) (PRESENCIALIDAD: 0%)</p> <p>Total: 75 h.</p>		
Metodología docente utilizada		
Docencia presencial/participativa teórica: La docencia en este curso se desarrollará de manera presencial		

en sesiones tanto teóricas como prácticas. En las sesiones teóricas se estimulará la participación del alumno a través del debate y la reflexión conjunta. Cada conjunto de dos sesiones (4 horas) se estructura el contenido en dos partes: a) docencia con exposiciones teóricas-prácticas y b) trabajo aplicado, donde se desarrollarán contenidos y actividades prácticas al objeto que el alumno perciba la aplicabilidad de los conocimientos transmitidos a su proyecto.

Análisis de casos:

Se suele motivar las sesiones con la exposición de un mini caso o ejemplo real normalmente en soporte audiovisual.

Trabajo cooperativo y en equipo: Dentro de estas actividades se propone la aplicación de los conceptos y técnicas a los trabajos individuales (innovación y creación), el análisis de noticias relacionadas con el desarrollo o el éxito de proyectos y la resolución de problemas reales simulados.

Sesiones colectivas de debate: Aprovechando presentaciones individuales de los alumnos, se estimulará el trabajo cooperativo y en equipo de los alumnos y se pondrán en común en sesiones colectivas de debate.

Métodos de evaluación	Min.	Max.
Participación activa e interés del alumno en las actividades colectivas programadas	10%	30%
Resolución y defensa de un trabajo individual, o eventualmente en grupo, en el que se apliquen los contenidos impartidos	40%	80%
Examen de conocimientos	10%	30%

MATERIA: Dirección de la innovación		MÓDULO AL QUE PERTENECE: Módulo Específico	
Créditos ECTS	3 créditos	Carácter	Obligatoria
Unidad temporal	1 ^{er} semestre	Itinerario	Único
Requisitos previos			
No tiene			
Breve descripción y objetivos			
Una vez identificadas las fuentes de creatividad, es esencial conocer el proceso que permite la materialización de dichas ideas en proyectos innovadores concretos y exitosos. Para ello es necesario conocer no sólo el proceso de invención/innovación, sino además los tipos y fuentes de innovación desde una perspectiva amplia, porque sólo de esa manera se podrán emprender proyectos innovadores en distintas disciplinas y sectores económicos. Por ello el primer objetivo es aportar conceptos novedosos de innovación, como la innovación soft, que inicialmente aplicadas a sectores como el de la industria creativa o el de la alimentación, constituye una fuente de cambio en la denominada economía de las emociones y			

del simbolismo. Por otro lado, se identificarán distintas medidas de la innovación que permiten a su vez abrir el abanico de posibilidades en el desarrollo de proyectos innovadores, ya que se presentan los acuerdos de cooperación, como las Joint venture, como una excelente oportunidad de acometer proyectos innovadores y emprendedores que de forma independiente no se podrían llevar a cabo. En tercer lugar se explica el proceso de dirección estratégica de la innovación, desde la etapa de diagnóstico previa, en la que es esencial la vigilancia tecnológica, hasta el posterior diseño e implantación de estrategias innovadoras que permite la creación y mantenimiento de ventajas competitivas. Para ello se presta especial atención a la protección de la innovación y a la gestión de recursos para innovar. Finalmente se analizan los tipos de estrategias de innovación que permiten situar a la empresa innovadora como líder, seguidora o imitadora. En este caso es especialmente destacable analizar el papel de las spin-offs como un tipo de estrategia dependiente de innovación, que permite llevar a cabo proyectos innovadores y emprendedores tanto en el ámbito académico como institucional y empresarial.

Resultados de aprendizaje

Al finalizar el curso el estudiante será capaz de:

- Identificar los diferentes tipos de innovación que existen y que pueden ser aplicados no sólo a sectores innovadores intensivos en tecnología, sino en todo tipo de empresas.
- Entender el proceso de innovación desde el proceso de generación de ideas (invención) hasta la innovación.
- Identificar las diferentes variables para medir la innovación en las empresas, tanto tradicionales como novedosas (joint ventures).
- Profundizar en el proceso de formulación e implantación de estrategias de innovación a partir de las estrategias generales de la empresa.
- Identificar los diferentes tipos de estrategias de innovación que puede seguir una empresa para el logro de ventajas competitivas.
- Profundizar en el análisis de la spin off como tipo de estrategia de innovación dependiente.
- Dominar la literatura, fuentes documentales e instituciones que analizan el fenómeno de la innovación (Manual de Oslo, Libro Verde de la Innovación, COTEC, OEPM, OPTI, etc.)
- Identificar en casos de empresas innovadoras el tipo de innovación, el proceso de innovación y las estrategias de innovación que se llevan a cabo.

Contenidos	Sesiones/Horas	Presencialidad
1. Concepto de innovación.	1 sesión/2 horas	Todas las sesiones son presenciales para los estudiantes
2. El proceso de innovación. Schumpeter.	1 sesión/2 horas	
3. Tipos de innovación. Manual de Oslo.	1 sesión/2 horas	
4. Innovación soft e innovación hard.	1 sesión/2 horas	
5. Medidas de innovación: tradicionales vs novedosas.	2 sesiones/2 horas	
6. La rentabilidad de la innovación.	1 sesión/2 horas	
7. Dirección estratégica de la innovación.	1 sesión/2 horas	

8. La vigilancia tecnológica.	1 sesión/2 horas	
9. Estrategias de innovación.	1 sesión/2 horas	
10. Las spin offs como fuente de innovación.	2 sesiones/2 horas	

Competencias

CG2- Que los estudiantes sepan aplicar los conocimientos adquiridos y su capacidad de resolución de problemas en entornos nuevos o poco conocidos dentro de contextos más amplios (o multidisciplinares) relacionados con la Dirección de Proyectos Innovadores y Emprendimiento.

CG9- Ser capaces de predecir y controlar la evolución de situaciones complejas mediante el desarrollo de nuevas e innovadoras metodologías de trabajo adaptadas al contexto investigador, tecnológico o profesional concreto en el que desarrolle su actividad.

CG11- Haber desarrollado la autonomía suficiente para participar en proyectos de investigación y colaboraciones científicas o tecnológicas dentro de su ámbito temático, en contextos interdisciplinares y, en su caso, con una alta componente de transferencia del conocimiento.

CE3- Capacidad de identificar distintas fuentes de innovación y desarrollar estrategias para el logro, protección y mantenimiento de ventajas competitivas en los Proyectos Innovadores y Emprendimiento.

CE4- Capacidad para diseñar y coordinar los recursos necesarios para la Dirección exitosa de Proyectos Innovadores y Emprendimiento.

Actividades formativas

Exposiciones teórico-prácticas: Exposición, por parte del profesor, de los conceptos fundamentales de los contenidos de la sesión, con el apoyo de presentaciones audiovisuales, recursos online y documentos de trabajo (lecturas y casos) que permita la comprensión de los contenidos teóricos del curso por parte del alumno y la posterior asimilación y aplicación de estos contenidos al proyecto innovador/emprendedor del alumno (12 horas) **(PRESENCIALIDAD: 100%)**

Trabajo sobre el proyecto innovador/emprendedor: individualmente, o puntualmente en grupo, cada alumno, con el asesoramiento del docente, reflexionará y trabajará en el desarrollo y aplicación de los contenidos del curso sobre su proyecto innovador/emprendedor. El objetivo es no sólo desarrollar el proyecto tomando como base la teoría y los ejemplos de casos proporcionados por el docente, sino también que el alumno adquiera las competencias tanto generales como específicas propuestas en la ficha del curso, y que le permitirá enfrentarse y desarrollar en el futuro cualquier proyecto innovador/emprendedor (12 horas) **(PRESENCIALIDAD: 100%)**

Horas de trabajo no presenciales: En las que el alumno desarrollará su capacidad de aprendizaje autónomo a través del estudio y la aplicación de los contenidos a su proyecto (51 horas) **(PRESENCIALIDAD: 0%)**

Total: 75 h.

Metodología docente utilizada

Docencia presencial/participativa teórica: La docencia en este curso se desarrollará de manera presencial en sesiones tanto teóricas como prácticas, en las que se estimulará la participación del alumno para la comprensión y posterior aplicación de los contenidos del curso en su proyecto innovador/emprendedor. En algunas sesiones se contará con la presencia de directivos o empresarios que han desarrollado en la práctica un proyecto innovador y expondrán su caso en clase.

Análisis de casos:

Se suele motivar las sesiones con la exposición de un mini caso o ejemplo real normalmente en soporte audiovisual.

Trabajo cooperativo en equipo: Dentro de estas actividades se propone la reflexión y resolución en grupo de casos, lecturas o noticias relacionadas con el tópico del curso. Igualmente en situaciones puntuales los alumnos trabajarán en grupo la aplicación de los contenidos del curso en un proyecto innovador/emprendedor.

Sesiones colectivas de debate: La presentación, por parte de los alumnos o grupos, de los trabajos que apliquen los contenidos teóricos a un proyecto innovador/emprendedor permitirá realizar en grupo el análisis, reflexión y posterior discusión crítica de dichos contenidos. El objetivo es fomentar el debate y el aprendizaje de todos los alumnos de la realización de los proyectos innovadores/emprendedores presentados.

Métodos de evaluación	Min.	Max.
Participación activa e interés del alumno en las actividades colectivas programadas	10%	30%
Resolución y defensa de un trabajo individual, o eventualmente en grupo, en el que se apliquen los contenidos impartidos	40%	80%
Examen de conocimientos	10%	30%

MATERIA: Recursos Humanos y equipo emprendedor		MÓDULO AL QUE PERTENECE: Módulo Específico	
Créditos ECTS	3 créditos	Carácter	Obligatoria
Unidad temporal	1 ^{er} semestre	Itinerario	Único
Requisitos previos			
No tiene			
Breve descripción y objetivos			
Las empresas innovadoras se caracterizan, entre otros asuntos, por desarrollar un sistema particular de			

prácticas de recursos humanos que integrado con la estrategia de innovación de la empresa y con la estructura organizativa permite lograr y mantener ventajas competitivas basadas en la innovación y el cambio. Por ello este curso tiene como objetivo principal identificar el papel que desempeñan los recursos humanos y su gestión en el desarrollo de nuevos negocios y proyectos innovadores. Dentro de los recursos humanos es especialmente relevante el análisis de los equipos responsables de llevar a cabo el emprendimiento y de los equipos directivos responsables de la dirección de las empresas innovadoras. Este constituye el primer objetivo particular de este curso. El segundo objetivo, que se desprende del general, es analizar los procesos de creación y transferencia de conocimiento. En los proyectos innovadores y de emprendimiento es clave el papel del conocimiento. Es por ello que es necesario identificar los diferentes tipos de conocimiento existentes, así como comprender los procesos que permiten la externalización de los conocimientos tácitos de los individuos, que tras su posterior interiorización supondrán generar nuevo conocimiento y por tanto el surgimiento de innovaciones e ideas emprendedoras. En tercer y último lugar, en las empresas innovadoras se exige un conocimiento profundo de las distintas prácticas de recursos humanos, como reclutamiento y selección, formación y carrera, y retribución y evaluación que permiten crear una cultura orientada a la innovación y el emprendimiento. Todas estas prácticas estarán orientadas al largo plazo, tendrán un enfoque proactivo, y fomentarán y motivarán el trabajo cooperativo, bases sobre las que se asienta la innovación.

Resultados de aprendizaje

Al finalizar el curso el estudiante será capaz de:

- Identificar las características organizativas, en cuanto a estructura, procesos, estilos de gestión y recursos que caracterizan a las empresas innovadoras.
- Entender que la flexibilidad estructural y los estilos de gestión de los recursos humanos inciden en los procesos de innovación de las empresas.
- Conocer el ajuste que debe existir entre la estrategia de innovación de la empresa, la estrategia de recursos humanos y las prácticas de gestión de recursos humanos.
- Profundizar en el análisis de las prácticas de gestión de recursos humanos que permiten potenciar la creatividad y la innovación a nivel individual, grupal y organizativo.
- Entender el proceso de gestión de conocimiento que permite la creación y transferencia del conocimiento en el contexto de la empresa.
- Identificar en casos de empresas innovadoras conocidas el papel de los equipos directivos y de los recursos humanos.

Contenidos	Sesiones/Horas	Presencialidad
1. Características de la empresa innovadora: estructura, procesos y recursos.	2 sesiones/2 horas	Todas las sesiones son presenciales para los estudiantes
2. El papel del equipo directivo/emprendedor en las empresas innovadoras.	1 sesión/2 horas	
3. La gestión de recursos humanos en las empresas innovadoras.	2 sesiones/2 horas	
4. Estrategias de innovación y prácticas de recursos humanos: ajuste.	1 sesión/2 horas	

5. La gestión del conocimiento.	1 sesión/2 horas	
6. Organización del trabajo: estructura y equipos de trabajo.	2 sesiones/2 horas	
7. Reclutamiento y selección.	1 sesión/2 horas	
8. Formación y Carrera.	1 sesión/2 horas	
9. Retribución y evaluación del desempeño para la innovación.	1 sesión/2 horas	

Competencias

CG6- Haber adquirido conocimientos avanzados y demostrado, en un contexto de investigación científica y tecnológica, o altamente especializado, una comprensión detallada y fundamentada de los aspectos teóricos y prácticos y de la metodología de trabajo en uno o más campos de estudio.

CG7- Saber aplicar e integrar los conocimientos en Dirección de Proyectos Innovadores y Emprendimiento, la comprensión de éstos, su fundamentación científica y sus capacidades de resolución de problemas en entornos nuevos y/o complejos y definidos de forma imprecisa, incluyendo contextos de carácter multidisciplinar tanto investigadores como profesionales altamente especializados.

CG9- Ser capaces de predecir y controlar la evolución de situaciones complejas mediante el desarrollo de nuevas e innovadoras metodologías de trabajo adaptadas al contexto investigador, tecnológico o profesional concreto en el que desarrolle su actividad.

CE5- Capacidad de identificar las prácticas de recursos humanos que permiten promover la innovación y el emprendimiento dentro de la empresa.

CE6- Conocimiento de las características de los equipos emprendedores para la puesta en marcha exitosa de los Proyectos Innovadores y Emprendimiento.

Actividades formativas

Exposiciones teórico-prácticas: Exposición, por parte del profesor, de los conceptos fundamentales de los contenidos de la sesión, con el apoyo de presentaciones audiovisuales, recursos online y documentos de trabajo (lecturas y casos) que permita la comprensión de los contenidos teóricos del curso por parte del alumno y la posterior asimilación y aplicación de estos contenidos al proyecto innovador/emprendedor del alumno. Las sesiones se complementarán con emprendedores invitados que explicarán sus casos prácticos (12 horas) **(PRESENCIALIDAD: 100%)**

Trabajo sobre el proyecto innovador/emprendedor: individualmente, o puntualmente en grupo, cada alumno, con el asesoramiento del docente, reflexionará y trabajará en el desarrollo y aplicación de los contenidos del curso sobre su proyecto innovador/emprendedor. El objetivo es no sólo desarrollar el proyecto tomando como base la teoría y los ejemplos de casos proporcionados por el docente, sino también que el alumno adquiera las competencias tanto generales como específicas propuestas en la ficha del curso, y que le permitirá enfrentarse y desarrollar en el futuro cualquier proyecto innovador/emprendedor (12 horas) **(PRESENCIALIDAD: 100%)**

Horas de trabajo no presenciales: En las que el alumno desarrollará su capacidad de aprendizaje

autónomo a través del estudio y la aplicación de los contenidos a su proyecto (51 horas)
(PRESENCIALIDAD: 0%)

Total: 75 h.

Metodología docente utilizada

Docencia presencial/participativa teórica: La docencia en este curso se desarrollará de manera presencial en sesiones tanto teóricas como prácticas, en las que se estimulará la participación del alumno para la comprensión y posterior aplicación de los contenidos del curso en su proyecto innovador/emprendedor.

Trabajo cooperativo en equipo: Dentro de estas actividades se propone la reflexión y resolución en grupo de casos, lecturas o noticias relacionadas con el tópico del curso. Igualmente en situaciones puntuales los alumnos trabajarán en grupo la aplicación de los contenidos del curso en su proyecto innovador/emprendedor.

Análisis de casos:

Se suele motivar las sesiones con la exposición de un mini caso o ejemplo real normalmente en soporte audiovisual.

Sesiones colectivas de debate: La presentación, por parte de los alumnos o grupos, de los trabajos que apliquen los contenidos teóricos a un proyecto innovador/emprendedor permitirá realizar en grupo el análisis, reflexión y posterior discusión crítica de dichos contenidos. El objetivo es fomentar el debate y el aprendizaje de todos los alumnos de la realización de los proyectos innovadores/emprendedores presentados.

Métodos de evaluación	Min.	Max.
Participación activa e interés del alumno en las actividades colectivas programadas	10%	30%
Resolución y defensa de un trabajo individual, o eventualmente en grupo, en el que se apliquen los contenidos impartidos	40%	80%
Examen de conocimientos	10%	30%

MATERIA: Modelos y planes de negocios		MÓDULO AL QUE PERTENECE: Módulo Específico	
Créditos ECTS	3 créditos	Carácter	Obligatoria
Unidad temporal	1 ^{er} semestre	Itinerario	Único
Requisitos previos:			
No tiene			
Breve descripción y objetivos			
El objetivo de esta materia es proporcionar a los proyectos de innovación, empresas de nueva creación o			

nuevos negocios, los conocimientos y las herramientas necesarias para realizar un plan de negocios a partir de la formulación estratégica que surge de un exhaustivo análisis estratégico. Este plan estratégico se desarrollará en diferentes planes de actuación funcionales. La materia incluirá la realización de un análisis de la viabilidad del plan de negocio desarrollado y la aplicación de técnicas que complementen la visión tradicional del plan de empresa.

Resultados de aprendizaje

Al finalizar el curso el estudiante será capaz de:

- Dominar la realización de un plan de negocio.
- Analizar la viabilidad de un proyecto de negocio.
- Realizar simulaciones para la mejora de la toma de decisiones en un proyecto de negocio.

Contenidos	Sesiones/Horas	Presencialidad
1. El plan de negocios.	1 sesión/2 horas	Todas las sesiones son presenciales para los estudiantes
2. De la formulación estratégica del plan al modelo de negocio.	2 sesiones/2 horas	
3. Planes de actuación.	7 sesiones/2 horas	
4. Análisis de viabilidad.	1 sesión/2 horas	
5. Implantación y seguimiento.	1 sesión/2 horas	

Competencias

CG4- Que los estudiantes sepan comunicar sus conclusiones – y los conocimientos y razones últimas que las sustentan- de un modo claro y sin ambigüedades a un público especializado o no especializado.

CG13- Capacidad de concebir, diseñar o crear, poner en práctica y adoptar un proceso sustancial de investigación o creación.

CE7- Conocimiento y comprensión de la distinción, análisis, evaluación e interpretación del contexto externo de las organizaciones, en el ámbito económico, industrial, político, social, y cultural, en el cual éstas se desenvuelven.

CE8- Conocimiento y comprensión de la distinción, análisis, evaluación e interpretación del contexto interno de las organizaciones.

CE9- Capacidad de definir las herramientas de planificación estratégica más adecuadas a cada contexto.

Actividades formativas

Exposiciones teórico-prácticas: Exposición por parte del profesor o profesionales invitados sobre los conceptos fundamentales de los contenidos del curso, con el apoyo de presentaciones audiovisuales, y la promoción de debates en el aula con el objetivo de despertar la curiosidad y el interés del alumnado (14 horas) **(PRESENCIALIDAD: 100%)**

Desarrollo de planes de negocio: ya sea individual y/o en grupo con objeto de que el alumno adquiera las destrezas, competencias, transversales y específicas propuestas para el curso, en función de los

contenidos expuestos en las sesiones teóricas (10 horas) (**PRESENCIALIDAD: 100%**)

Horas de trabajo no presenciales: En las que el alumno desarrollará su capacidad de aprendizaje autónomo a través del desarrollo de su propio proyecto y, más concretamente, de su plan de negocios (51 horas) (**PRESENCIALIDAD: 0%**).

Total: 75 h.

Metodología docente utilizada

Docencia presencial/participativa teórica: La docencia en este curso se desarrollará de manera presencial en sesiones tanto teóricas como prácticas. En las sesiones teóricas se estimulará la participación del alumno a través del debate y la reflexión conjunta.

Actividad presencial práctica: Se desarrollará actividad práctica al objeto que el alumno perciba la aplicabilidad de los conocimientos transmitidos a su proyecto.

Trabajo cooperativo y en equipo: Dentro de estas actividades se propone la realización de trabajos en grupo relacionados con el contenido teórico.

Métodos de evaluación	Min.	Max.
Participación activa e interés del alumno en las actividades colectivas programadas	10%	30%
Resolución y defensa de un trabajo individual, o eventualmente en grupo, en el que se apliquen los contenidos impartidos	40%	80%
Examen de conocimientos	10%	30%

MATERIA: Marketing Emprendedor		MÓDULO AL QUE PERTENECE: Módulo Específico	
Créditos ECTS	3 créditos	Carácter	Obligatoria
Unidad temporal	1 ^{er} semestre	Itinerario	Único
Requisitos previos			
No tiene			
Breve descripción y objetivos			
El objetivo de esta materia es proporcionar a los nuevos negocios, los proyectos de innovación o empresas de nueva creación los conocimientos y las herramientas necesarias para investigar el mercado, definir el público objetivo, captar clientes, gestionar clientes y establecer relaciones duraderas dentro de un modelo de negocio rentable, sostenible y de alto crecimiento.			
Resultados de aprendizaje			

Al finalizar el curso el estudiante será capaz de:

- Comprender el papel del marketing en la gestión de un proyecto innovador y en la puesta en marcha de una nueva empresa.
- Valorar la importancia de diseñar un plan de marketing integrado que oriente la empresa a la satisfacción del consumidor.
- Dominar herramientas para analizar, captar y retener a clientes rentables estableciendo relaciones duraderas.
- Dominar la elaboración de un plan integrado de marketing.
- Entender los factores principales que afectan a la demanda de un producto o servicio.
- Conocer las principales herramientas del marketing digital.

Contenidos	Sesiones/Horas	Presencialidad
1. Investigación de mercados	2 sesiones/2 horas	Todas las sesiones son presenciales para los estudiantes
2. Marketing estratégico	2 sesiones/2 horas	
3. El plan de marketing	2 sesiones/2 horas	
4. Las 10 "C" del marketing	2 sesiones/2 horas	
5. Técnicas de venta y negociación	2 sesiones/2 horas	
6. Marketing digital	2 sesiones/2 horas	

Competencias

CG2- Que los estudiantes sepan aplicar los conocimientos adquiridos y su capacidad de resolución de problemas en entornos nuevos o poco conocidos dentro de contextos más amplios (o multidisciplinares) relacionados con la Dirección de Proyectos Innovadores y Emprendimiento.

CG4- Que los estudiantes sepan comunicar sus conclusiones – y los conocimientos y razones últimas que las sustentan- de un modo claro y sin ambigüedades a un público especializado o no especializado.

CG14- Capacidad de análisis que le permita distinguir entre lo importante de lo accesorio cuando se aborden situaciones complejas.

CE10 – Conocimiento y aplicación de las herramientas específicas para desarrollar un plan de marketing.

CE11- Capacidad para comunicar las conclusiones obtenidas subrayando las razones últimas que las sustentan de forma que sean comprensibles para audiencias tanto especializadas en el tema como ajenas al mismo.

Actividades formativas

Exposiciones teórico-prácticas: Exposición por parte del profesor o profesionales externos sobre los conceptos fundamentales de los contenidos de la sesión con el apoyo de presentaciones audiovisuales y la promoción de debates en el aula con el objetivo de despertar la curiosidad y el interés del alumnado (14 horas) (**PRESENCIALIDAD: 100%**)

Actividad presencial práctica: Los conceptos de las exposiciones teóricas los deberá aplicar el alumno a su proyecto de manera que desarrolle las destrezas señaladas en las competencias reseñadas y que se

añada valor. El avance en el desarrollo práctico del proyecto será debatido en la clase (10 horas)
(PRESENCIALIDAD: 100%)

Horas de trabajo no presenciales: En las que el alumno desarrollará su capacidad de aprendizaje autónomo a través del estudio y la aplicación al proyecto de los conceptos teóricos (51 horas)
(PRESENCIALIDAD: 0%)

Total: 75 h.

Metodología docente utilizada

Docencia presencial/participativa teórica: La docencia en este curso se desarrollará de manera presencial en sesiones tanto teóricas como prácticas. En las sesiones teóricas se estimulará la participación del alumno a través del debate y la reflexión conjunta.

Análisis de casos:

Se suele motivar las sesiones con la exposición de un mini caso o ejemplo real normalmente en soporte audiovisual.

Actividad presencial práctica: Para cada uno de los bloques temáticos se desarrollarán actividad práctica al objeto que el alumno perciba la aplicabilidad de los conocimientos transmitidos.

Trabajo cooperativo y en equipo: Dentro de estas actividades se propone la resolución de mini-casos en grupo el análisis de noticias relacionadas con el desarrollo o el éxito de estrategias empresariales y el la resolución de problemas simulados sobre decisiones estratégicas.

Sesiones colectivas de debate: Al igual que en las sesiones teóricas se estimulará el trabajo cooperativo y en equipo de los alumnos y se pondrán en común en sesiones colectivas de debate.

Métodos de evaluación	Min.	Max.
Participación activa e interés del alumno en las actividades colectivas programadas	10%	30%
Resolución y defensa de un trabajo individual, o eventualmente en grupo, en el que se apliquen los contenidos impartidos	40%	80%
Examen de conocimientos	10%	30%

MATERIA: Cooperación innovadora		MÓDULO AL QUE PERTENECE: Módulo Específico	
Créditos ECTS	3 créditos	Carácter	Obligatoria
Unidad temporal	1 ^{er} semestre	Itinerario	Único
Requisitos previos			
No tiene			
Breve descripción y objetivos			
El objetivo de esta materia es proporcionar a los nuevos negocios, proyectos de innovación o empresas de			

nueva creación los conocimientos y las herramientas necesarias para co-crear relaciones y obtener compromisos previos con otros grupos de interés (stakeholders), con la intención de reducir la incertidumbre y el oportunismo, generar confianza, descubrir o crear oportunidades y concebir conjuntamente nuevos mercados, productos o innovaciones sociales.

Resultados de aprendizaje

Al finalizar el curso el estudiante será capaz de:

- Comprender el papel de las relaciones sociales en la gestión de un proyecto innovador y en la puesta en marcha de una nueva empresa.
- Valorar la importancia de diseñar un proyecto de innovación o una nueva empresa desde una perspectiva de creación conjunta con clientes, proveedores y otros grupos de interés, en contraposición al tradicional enfoque basado en el análisis competitivo.
- Dominar herramientas para alcanzar compromisos en alianzas, redes y consorcios empresariales.
- Contemplar la transferencia de conocimiento entre las universidades y los centros de investigación y las empresas como estrategias de creación de oportunidades, de innovación y desarrollo económico y social.

Contenidos	Sesiones/Horas	Presencialidad
1. El papel de las relaciones en el fenómeno emprendedor: competir o crear conjuntamente; el análisis de los valores.	2 sesiones/2 horas	Todas las sesiones son presenciales para los estudiantes
2. Herramientas y técnicas de negociación para obtener compromisos previos con socios clave.	2 sesiones/2 horas	
3. Nuevas tecnologías para la gestión de redes sociales.	2 sesiones/2 horas	
4. La gestión de la triple hélice: las relaciones de cooperación con las administraciones públicas, otras empresas y la universidad.	2 sesiones/2 horas	
5. Cooperación con administraciones públicas: los apoyos institucionales.	2 sesiones/2 horas	
6. Cooperación con otras empresas: las alianzas, redes y consorcios.	1 sesión/2 horas	
7. Cooperación y transferencia con universidades: tipologías y la gestión del conocimiento.	1 sesión/2 horas	

Competencias

CG7- Saber aplicar e integrar los conocimientos en Dirección de Proyectos Innovadores y Emprendimiento, la comprensión de éstos, su fundamentación científica y sus capacidades de resolución de problemas en entornos nuevos y/o complejos y definidos de forma imprecisa, incluyendo contextos de carácter multidisciplinar tanto investigadores como profesionales altamente especializados.

CG11- Haber desarrollado la autonomía suficiente para participar en proyectos de investigación y colaboraciones científicas o tecnológicas dentro de su ámbito temático, en contextos interdisciplinares y, en su caso, con una alta componente de transferencia del conocimiento.

CE7- Conocimiento y comprensión de la distinción, análisis, evaluación e interpretación del contexto

externo de las organizaciones, en el ámbito económico, industrial, político, social, y cultural, en el cual éstas se desenvuelven.

CE12- Conocimiento y comprensión de las herramientas del análisis estratégico, así como, diseñar, adaptar, desarrollar, procesos estratégicos. Organizar, mostrar y valorar, las propuestas realizadas por otros agentes en el ámbito de la formulación e implantación de las estrategias.

Actividades formativas

Exposiciones teórico-prácticas: Exposición por parte del profesor o profesionales externos sobre los conceptos fundamentales de los contenidos de la sesión con el apoyo de presentaciones audiovisuales y la promoción de debates en el aula con el objetivo de despertar la curiosidad y el interés del alumnado (12 horas) **(PRESENCIALIDAD: 100%)**

Trabajo sobre el proyecto: individualmente, o eventualmente en grupo, cada alumno trabajará los contenidos sobre su proyecto. Con esto no solo se busca mejorar y aplicar su proyecto, sino también que el alumno adquiera las destrezas, competencias, transversales y específicas propuestas para el curso, en función de los contenidos expuestos en las sesiones teóricas (12 horas) **(PRESENCIALIDAD: 100%)**

Horas de trabajo no presenciales: En las que el alumno desarrollará su capacidad de aprendizaje autónomo a través del estudio y la aplicación de los contenidos a su proyecto (51 horas) **(PRESENCIALIDAD: 0%)**

Total: 75 h.

Metodología docente utilizada

Docencia presencial/participativa teórica: La docencia en este curso se desarrollará de manera presencial en sesiones tanto teóricas como prácticas. En las sesiones teóricas se estimulará la participación del alumno a través del debate y la reflexión conjunta.

Actividad presencial práctica: Se desarrollará actividad práctica al objeto que el alumno perciba la aplicabilidad de los conocimientos transmitidos a su proyecto.

Trabajo cooperativo y en equipo: Dentro de estas actividades se propone la realización de trabajos en grupo relacionados con el contenido teórico.

Métodos de evaluación

	Min.	Max.
Participación activa e interés del alumno en las actividades colectivas programadas	10%	30%
Resolución y defensa de un trabajo individual, o eventualmente en grupo, en el que se apliquen los contenidos impartidos	40%	80%
Examen de conocimientos	10%	30%

MATERIA: Internacionalización y
Empresa Nacida Global

MÓDULO AL QUE PERTENECE: Módulo Específico

Créditos ECTS	3 créditos	Carácter	Obligatoria	
Unidad temporal	1 ^{er} semestre		Itinerario	Único
Requisitos previos:				
No tiene				
Breve descripción y objetivos				
<p>Las estrategias de internacionalización suelen formar parte del proceso de crecimiento y expansión de las empresas. No obstante, en ocasiones las oportunidades de “nacer global” suelen impulsar estrategias de internacionalización desde el nacimiento de la empresa.</p> <p>La materia distingue entre ambas opciones estratégicas y analiza las características organizativas relacionadas con el ciclo de vida de la empresa. En ambas opciones se estudiarán las herramientas más usuales que el emprendedor puede utilizar para impulsar la internacionalización: alianzas, consorcios de exportación, zonas de libre de comercio, participación en joint ventures, franquicias, organizaciones virtuales, comercio electrónico, entre otras.</p>				
Resultados de aprendizaje				
<p>Al finalizar el curso el estudiante será capaz de:</p> <ul style="list-style-type: none">• Entender las razones para la internacionalización.• Identificar el potencial que tiene una empresa para internacionalizarse.• Comprender las características de las empresas nacidas globalmente.• Conocer las estrategias de penetración en los mercados globales.• Conocer los factores de éxito de las empresas internacionalizadas.				
Contenidos			Sesiones/Horas	Presencialidad
1. El proceso de internacionalización de la empresa			1 sesión/2 horas	Todas las sesiones son presenciales para los estudiantes
2. Estrategias de acceso a los mercados internacionales: consorcios de exportación, alianzas, etc.			2 sesiones/2 horas	
3. Empresas nacidas globales: diferentes enfoques.			2 sesiones/2 horas	
4. Factores que facilitan su creación.			1 sesiones/2 horas	
5. Modelos de negocios de las empresas nacidas globales.			2 sesiones/2 horas	
6. Crecimiento y consolidación de las empresas nacidas globales.			2 sesiones/2 horas	
7. Formulación de una empresa nacida global.			1 sesiones/2 horas	
8. Caso real: Empresa innovadora nacida global.			1 sesiones/2 horas	
Competencias				
CG2- Que los estudiantes sepan aplicar los conocimientos adquiridos y su capacidad de resolución de problemas en entornos nuevos o poco conocidos dentro de contextos más amplios (o multidisciplinares)				

relacionados con la Dirección de Proyectos Innovadores y Emprendimiento.

CG9- Ser capaces de predecir y controlar la evolución de situaciones complejas mediante el desarrollo de nuevas e innovadoras metodologías de trabajo adaptadas al contexto investigador, tecnológico o profesional concreto en el que desarrolle su actividad.

CG15- Capacidad emprendedora e innovadora en sus acepciones más amplias.

CE13- Conocimiento y comprensión de la naturaleza específica de las empresas innovadoras nacidas globales, identificando sus características propias y los factores que facilitan su creación.

CE14- Capacidad de identificar los mercados internacionales más idóneos y aplicar las estrategias más adecuadas para su inmersión en ellos.

Actividades formativas

Exposiciones teórico-prácticas: Exposición por parte del profesor sobre los conceptos fundamentales de los contenidos de la sesión, con el apoyo de presentaciones audiovisuales, y la promoción de debates en el aula con el objetivo de despertar la curiosidad y el interés del alumnado (16) **(PRESENCIALIDAD: 100%)**

Trabajo sobre el proyecto: individualmente, o eventualmente en grupo, cada alumno trabajará los contenidos sobre su proyecto. Con esto no solo se busca mejorar y aplicar su proyecto, sino también que el alumno adquiera las destrezas, competencias, transversales y específicas propuestas para el curso, en función de los contenidos expuestos en las sesiones teóricas (8 horas) **(PRESENCIALIDAD: 100%)**

Horas de trabajo no presenciales: En las que el alumno desarrollará su capacidad de aprendizaje autónomo a través del estudio y la aplicación de los contenidos a su proyecto (51 horas) **(PRESENCIALIDAD: 0%)**

Total: 75 h.

Metodología docente utilizada

Docencia presencial/participativa teórica: La docencia en este curso se desarrollará de manera presencial en sesiones teóricas y prácticas. En las sesiones teóricas se estimulará la participación del alumno a través del debate y la reflexión conjunta. Las sesiones prácticas estarán orientadas al trabajo sobre el proyecto.

Análisis de casos:

Se suele motivar las sesiones con la exposición de un mini caso o ejemplo real normalmente en soporte audiovisual.

Trabajo sobre el proyecto innovador/emprendedor: individualmente, o puntualmente en grupo, cada alumno, con el asesoramiento del docente, reflexionará y trabajará en el desarrollo y aplicación de los contenidos del curso sobre su proyecto innovador/emprendedor.

Métodos de evaluación

Participación activa e interés del alumno en las actividades colectivas programadas

Min.

10%

Max.

30%

Resolución y defensa de un trabajo individual, o eventualmente en grupo, en el que se

apliquen los contenidos impartidos	40%	80%
Examen de conocimientos	10%	30%

MATERIA: Finanzas para nuevos negocios		MÓDULO AL QUE PERTENECE: Módulo Específico		
Créditos ECTS	3 créditos	Carácter	Obligatoria	
Unidad temporal	1 ^{er} semestre		Itinerario	Único
Requisitos previos				
No tiene				
Breve descripción y objetivos				
El curso pretende dotar al alumno de los conocimientos necesarios para evaluar las fuentes financieras disponibles y tomar decisiones respecto a la alternativa óptima de inversión-financiación. Una vez evaluado y aceptado el proyecto de inversión deberá determinar los estados financieros futuros con carácter previsional. Además, se aportarán los conocimientos necesarios para interpretar dichos estados financieros, permitiéndole analizar la solvencia, rentabilidad, la estructura de costes e ingresos y la elaboración de cuadros de mando. Estos aspectos financieros se adaptarán a las características de los proyectos nacientes, ya sean de nuevas empresas o de proyectos de innovación en las existentes.				
Resultados de aprendizaje				
Al finalizar el curso el estudiante:				
<ul style="list-style-type: none">• Dominar el análisis de las fuentes de financiación especialmente las relacionadas con los nuevos proyectos o empresas.• Identificar los riesgos derivados de distintas estructuras económico-financieras.• Elaborar planes financieros viables.• Comprender los estados financieros de una empresa.• Conocer el contenido y formato del informe de gestión.• Analizar la marcha de la empresa, su solvencia y rentabilidad, a través de la elaboración e interpretación de los indicadores económico-financieros más comúnmente utilizados para ello.• Usar la información de costes e ingresos para evaluar alternativas de decisión en un contexto estratégico determinado.• Realizar presupuestos maestros.• Calcular y analizar desviaciones presupuestarias.• Identificar factores críticos de éxito y propondrá medidas de rendimiento para diferentes áreas de negocio.• Conocer el concepto de cuadro de mando y será capaz de diseñarlos.				

Contenidos	Sesiones/Horas	Presencialidad
1. Análisis y selección de fuentes financieras. La negociación bancaria. 2. Instrumentos financieros para emprendedores (Mercado alternativo bursátil, Crowdfunding, Business angels, Capital semilla,...). 3. Factibilidad económica de proyectos. 4. Viabilidad financiera de proyectos. 5. Información del negocio: evaluación de la solvencia y rentabilidad. 6. Herramientas para dirigir y controlar la estrategia del negocio: Presupuestos, medidas de rendimiento y cuadros de mando. 7. Decisiones estratégicas a largo y a corto plazo en base a costes.	2 sesiones/2 horas 2 sesiones/2 horas 1 sesión/2 horas 2 sesiones/2 horas 2 sesiones/2 horas 2 sesiones/2 horas 1 sesión/2 horas	Todas las sesiones son presenciales para los estudiantes
Competencias		
<p>CG2- Que los estudiantes sepan aplicar los conocimientos adquiridos y su capacidad de resolución de problemas en entornos nuevos o poco conocidos dentro de contextos más amplios (o multidisciplinares) relacionados con la Dirección de Proyectos Innovadores y Emprendimiento.</p> <p>CG3- Que los estudiantes sean capaces de integrar conocimientos adquiridos en el ámbito de la Dirección de Proyectos Innovadores y Emprendimiento, y enfrentarse a la complejidad de formular juicios a partir de una información que, siendo incompleta o limitada, incluya reflexiones sobre las responsabilidades sociales y éticas vinculadas a la aplicación de sus conocimientos y juicios.</p> <p>CG16- Capacidad de realizar un análisis crítico y de evaluación y síntesis de ideas nuevas y complejas.</p> <p>CE15- Conocimiento y comprensión de las distintas alternativas de evaluación e interpretación de inversión-financiación, y detección de los posibles riesgos derivados de las mismas.</p> <p>CE16- Conocimiento, comprensión e interpretación de las fuentes de información económica-financieras disponible y las técnicas y herramientas de análisis para la emisión de juicios.</p>		
Actividades formativas		
<p>Exposiciones teórico-prácticas: Exposición por parte del profesor y de los profesionales y empresarios invitados de los conceptos fundamentales de los contenidos de la sesión y la promoción de debates en el aula con el objetivo de fomentar la participación y el aprendizaje colectivo (12 horas) (PRESENCIALIDAD: 100%)</p> <p>Trabajo sobre el proyecto: individualmente, o eventualmente en grupo, cada alumno trabajará los contenidos expuestos en las sesiones teóricas sobre su proyecto, con objeto de que el alumno adquiera</p>		

las competencias propuestas para el curso (12 horas) (**PRESENCIALIDAD: 100%**)

Horas de trabajo no presenciales: En las que el alumno desarrollará su capacidad de aprendizaje autónomo a través del estudio, la búsqueda de soluciones a problemas y la aplicación de los contenidos al proyecto (51 horas) (**PRESENCIALIDAD: 0%**)

Total: 75 h.

Metodología docente utilizada

Docencia presencial/participativa teórica: La docencia en este curso se desarrollará de manera presencial en sesiones tanto teóricas como prácticas. En las sesiones teóricas se estimulará la participación del alumno, a través del debate y la reflexión conjunta, para la comprensión y posterior aplicación de los contenidos del curso al proyecto.

Análisis de casos:

Se suele motivar las sesiones con la exposición de un mini caso o ejemplo real normalmente en soporte audiovisual.

Actividad presencial práctica: Para cada uno de los bloques temáticos se desarrollarán actividades prácticas al objeto que el alumno perciba la aplicabilidad de los conocimientos transmitidos.

Trabajo cooperativo y en equipo: Dentro de estas actividades se propone la resolución de problemas reales o simulados y el análisis de acontecimientos relacionados con el desarrollo o el éxito de estrategias empresariales.

Métodos de evaluación	Min.	Max.
Participación activa e interés del alumno en las actividades colectivas programadas	10%	30%
Resolución y defensa de un trabajo individual, o eventualmente en grupo, en el que se apliquen los contenidos impartidos	40%	80%
Examen de conocimientos	10%	30%

MATERIA: Derecho para emprendedores		MÓDULO AL QUE PERTENECE: Módulo Específico		
Créditos ECTS	3 créditos	Carácter	Obligatoria	
Unidad temporal	2º semestre		Itinerario	Único
Requisitos previos				
No tiene				
Resultados de aprendizaje				

Al finalizar el curso el estudiante será capaz de:

Aplicar los conceptos del ordenamiento jurídico que tienen incidencia en el lanzamiento o administración de una actividad empresarial.

Elegir el tipo societario o modelo jurídico más adecuado para la actividad o proyecto a efectuar.

Identificar los tipos de impuestos y obligaciones fiscales del empresario y la actividad comercial en general, con especial orientación a las primeras fases del ciclo de vida de la empresa.

Conocer las nociones generales de derecho del trabajo relevantes para el lanzamiento y la gestión de la empresa, con la finalidad de preparar al alumno para adoptar las medidas pertinentes en el campo de la contratación laboral.

Contenidos	Sesiones/Horas	Presencialidad
1. Obligaciones administrativas y de gestión en la actividad empresarial 2. Elección del tipo societario en función del modelo de actividad empresarial. 3. Estrategias de propiedad industrial 4. Decisiones básicas en materia laboral 5. Estrategias fiscales en las primeras etapas de vida de la empresa	2 sesiones/2 horas 4 sesiones/2 horas 2 sesiones/2 horas 2 sesiones/2 horas 2 sesiones/2 horas	Todas las sesiones son presenciales para los estudiantes

Competencias

CG2- Que los estudiantes sepan aplicar los conocimientos adquiridos y su capacidad de resolución de problemas en entornos nuevos o poco conocidos dentro de contextos más amplios (o multidisciplinares) relacionados con la Dirección de Proyectos Innovadores y Emprendimiento.

CG3- Que los estudiantes sean capaces de integrar conocimientos adquiridos en el ámbito de la Dirección de Proyectos Innovadores y Emprendimiento, y enfrentarse a la complejidad de formular juicios a partir de una información que, siendo incompleta o limitada, incluya reflexiones sobre las responsabilidades sociales y éticas vinculadas a la aplicación de sus conocimientos y juicios.

CG12- Ser capaces de asumir la responsabilidad de su propio desarrollo profesional y de especialización en uno o más campos de estudio.

CE8- Conocimiento y comprensión de la distinción, análisis, evaluación e interpretación del contexto interno de las organizaciones.

CE19- Capacidad de comprender, explicar, analizar y desarrollar los diferentes procesos que integran los Proyectos Innovadores y Emprendimiento, analizar y desarrollar los diferentes procesos que integran los Proyectos Innovadores y Emprendimiento.

Actividades formativas

Exposiciones teórico-prácticas: Exposición por parte del profesor sobre los conceptos fundamentales de los contenidos de la sesión, con el apoyo de presentaciones audiovisuales, y la promoción de debates en el aula con el objetivo de despertar la curiosidad y el interés del alumnado (12 horas) **(PRESENCIALIDAD:**

100%)

Trabajo sobre el proyecto: individualmente, o eventualmente en grupo, cada alumno trabajará los contenidos sobre su proyecto. Con esto no solo se busca mejorar y aplicar su proyecto, sino también que el alumno adquiera las destrezas, competencias, transversales y específicas propuestas para el curso, en función de los contenidos expuestos en las sesiones teóricas (12 horas) **(PRESENCIALIDAD: 100%)**

Horas de trabajo no presenciales: En las que el alumno desarrollará su capacidad de aprendizaje autónomo a través del estudio, la búsqueda de soluciones a problemas y la aplicación de los contenidos al proyecto (51 horas) **(PRESENCIALIDAD: 0%)**

Total: 75 h.

Metodología docente utilizada

Docencia presencial/participativa teórica: La docencia en este curso se desarrollará de manera presencial en sesiones tanto teóricas como prácticas. Se contará con profesionales externos expertos en las materias que estructuran los contenidos de la materia. En las sesiones teóricas se estimulará la participación del alumno a través del debate y la reflexión conjunta.

Trabajo cooperativo y en equipo: Dentro de estas actividades se propone la aplicación de los conceptos y técnicas a los trabajos individuales (innovación y creación), el análisis de noticias relacionadas con el desarrollo o el éxito de proyectos y la resolución de problemas reales simulados.

Análisis de casos:

En las sesiones se utilizarán casos cortos o ejemplos reales preferentemente en soporte audiovisual.

Sesiones colectivas de debate: Aprovechando las presentaciones individuales de los alumnos, se estimulará el trabajo cooperativo y en equipo y se pondrán en común en sesiones colectivas de debate.

Métodos de evaluación	Min.	Max.
Participación activa e interés del alumno en las actividades colectivas programadas	10%	30%
Resolución y defensa de un trabajo individual, o eventualmente en grupo, en el que se apliquen los contenidos impartidos	40%	80%
Examen de conocimientos	10%	30%

MATERIA: Empresa Familiar y evolución empresarial		MÓDULO AL QUE PERTENECE: Módulo Específico		
Créditos ECTS	4 créditos	Carácter	Obligatoria	
Unidad temporal	2º semestre		Itinerario	Único
Requisitos previos				

No tiene

Breve descripción y objetivos

La evolución de un proyecto emprendedor a lo largo del tiempo puede llevar a su continuidad o bien a su fin.

La continuidad del proyecto se realiza habitualmente mediante la transmisión de la gestión y la propiedad a los herederos del emprendedor, es decir, a su conversión en una empresa familiar. Los contenidos de esta materia abarcan los principales retos de la empresa familiar en el siglo XXI: profesionalización, innovación y buen gobierno, desde una perspectiva aplicada. El objetivo de esta materia es que el alumno pueda incorporar a su proyecto las herramientas de gestión necesarias para mantener y transmitir su legado vital y empresarial, procurando su continuidad a lo largo del tiempo. Se analizan además las principales causas de fracaso de los proyectos emprendedores, así como las actividades a realizar para un cierre ordenado de la actividad.

Resultados de aprendizaje

Al finalizar el curso el estudiante será capaz de:

- Conocer y comprender la naturaleza específica de la empresa familiar.
- Identificar las características singulares de la empresa familiar y las implicaciones de esta especificidad para su gestión.
- Comprender la evolución de la empresa familiar a lo largo del tiempo y las diferentes necesidades de innovación en cada etapa.
- Conocer y aplicar herramientas para la gestión de la empresa familiar.
- Conocer las causas de fracaso de las iniciativas emprendedoras
- Conocer los pasos a seguir para cerrar una empresa

Contenidos	Sesiones/Horas	Presencialidad
<ol style="list-style-type: none"> 1. Introducción: La evolución de un proyecto empresarial: consolidación y cierre 2. Concepto de empresa familiar. Importancia de la empresa familiar en el mundo. Asociaciones internacionales de empresa familiar. 3. La evolución de la empresa familiar. Aplicaciones. 4. La innovación en la empresa familiar. Aplicaciones. 	<p>Cada sesión comprende 2 horas, que se dedican a explicar conceptos y a su aplicación práctica mediante debates a partir de</p>	<p>Todas las sesiones son presenciales para los estudiantes</p>

<ol style="list-style-type: none"> 5. Cultura y valores en la empresa familiar. Aplicaciones. 6. El proceso de sucesión en la empresa familiar. Aplicaciones. 7. La formación de la siguiente generación: gestores y accionistas. Aplicaciones. 8. El papel de los directivos no familiares en la empresa familiar. Aplicaciones. 9. El buen gobierno en la empresa familiar. Aplicaciones 10. Órganos de gobierno en la empresa familiar: empresa y familia. Aplicaciones. 11. Aspectos jurídicos de la empresa familiar. Aplicaciones 12. El protocolo familiar (I). Aplicaciones. 13. El protocolo familiar (II). Aplicaciones. 14. Aplicación: análisis de una empresa familiar a través de una representación teatral. 15. Las causas del fracaso de un proyecto empresarial 16. Cierre ordenado de una actividad empresarial 	<p>audiovisuales, pequeños casos y lecturas relacionadas</p>	
Competencias		
<p>CG7- Saber aplicar e integrar los conocimientos en Dirección de Proyectos Innovadores y Emprendimiento, la comprensión de éstos, su fundamentación científica y sus capacidades de resolución de problemas en entornos nuevos y/o complejos y definidos de forma imprecisa, incluyendo contextos de carácter multidisciplinar tanto investigadores como profesionales altamente especializados.</p> <p>CG14- Capacidad de análisis que le permita distinguir entre lo importante de lo accesorio cuando se aborden situaciones complejas..</p> <p>CG17- Capacidad de saber utilizar la comunicación de forma convincente para la aceptación de ideas y la participación de otras personas en su puesta en marcha.</p> <p>CE17- Conocimiento y comprensión de la naturaleza específica de la empresa familiar, identificando las características singulares de la empresa familiar y las implicaciones de esta especificidad para su gestión.</p> <p>CE18– Conocimiento y aplicación de las herramientas específicas para el buen gobierno de la empresa familiar.</p>		

Actividades formativas

Exposiciones teórico-prácticas: Exposición por parte del profesor sobre los conceptos fundamentales de los contenidos de la sesión, con el apoyo de presentaciones audiovisuales, y la promoción de debates en el aula con el objetivo de despertar la curiosidad y el interés del alumnado (20 horas) (PRESENCIALIDAD: 100%)

Trabajo sobre el proyecto o caso práctico: En los casos en los que los alumnos procedan de una empresa familiar y su proyecto esté relacionado con la misma, se aplicará a su proyecto la materia impartida. En los casos que los alumnos no tengan relación con empresas familiares, se interpretará un caso práctico (12 horas) (PRESENCIALIDAD: 100%)

Horas de trabajo no presenciales: En las que el alumno desarrollará su capacidad de aprendizaje autónomo a través del estudio y la aplicación de los contenidos a su proyecto (68 horas) (PRESENCIALIDAD: 0%)

Total: 100 h.

Metodología docente utilizada

Docencia presencial/participativa teórica: La docencia en este curso se desarrollará de manera presencial en sesiones teóricas y prácticas. Dentro de cada sesión se estructura el contenido en dos partes: a) docencia con exposiciones teóricas-prácticas y b) aplicación, donde se desarrollarán contenidos y actividades prácticas al objeto que el alumno perciba la aplicabilidad de los conocimientos transmitidos a su proyecto o caso de empresa familiar. En las sesiones teóricas se estimulará la participación del alumno a través del debate y la reflexión conjunta. Esta metodología requiere el estudio previo por parte del alumno de la documentación que se pondrá a su disposición en el Campus Virtual.

Análisis de casos: Se suele motivar las sesiones con la exposición de un mini caso o ejemplo real normalmente en soporte audiovisual.

Trabajo cooperativo y en equipo: Dentro de estas actividades se propone la aplicación de los conceptos y técnicas a los trabajos individuales, el análisis de noticias relacionadas con las materias impartidas y la resolución de problemas reales simulados.

Sesiones colectivas de debate: Puesta en común en sesiones colectivas de debate.

Métodos de evaluación

Mín.

Max.

Participación activa e interés del alumno en las actividades colectivas programadas

10%

30%

Resolución y defensa del trabajo individual del alumno en el que se apliquen los contenidos impartidos

40%

80%

Resolución y defensa del trabajo en equipo en el que se apliquen los contenidos

impartidos	10%	30%
------------	-----	-----

MATERIA: Trabajo fin de máster		MÓDULO AL QUE PERTENECE: Módulo de Aplicación	
Créditos ECTS	6 créditos	Carácter	Obligatoria
Unidad temporal	2º semestre	Itinerario	Único
Requisitos previos			
No tiene.			
Breve descripción y objetivos			
A lo largo del Máster todos los alumnos habrán ido desarrollando un Proyecto de Innovación, de Creación de Empresas o de Intrapreneurship en el que incorporarán los conocimientos adquiridos en cada una de las asignaturas. El trabajo fin de Máster consistirá en el proyecto actualizado a lo largo del Máster.			
Resultados de aprendizaje			
Al finalizar el trabajo el estudiante será capaz de:			
<ol style="list-style-type: none"> 1. Demostrar la adquisición de los conocimientos y competencias, especialmente específicas/profesionales, propias del título y reflejarlas en el proyecto. 2. Realizar una síntesis de su trabajo a lo largo del master, incorporando los conocimientos adquiridos, de estructurarlo y de comunicarlo de manera empática. 			
Contenidos		Sesiones/Horas	Presencialidad
El alumno desarrollará una síntesis del proyecto de Innovación, Emprendimiento o Intrapreneurship desarrollado a lo largo del máster. En el trabajo fin de máster se deben contemplar todas las materias impartidas,			La primera sesión es presencial para presentar a los

integrando los contenidos formativos recibidos y estará orientado a la comunicación y a la evaluación de las competencias profesionales y transversales recogidas en el presente plan de estudios. El trabajo también demostrará una sólida formación en el manejo de las fuentes relacionadas con cada capítulo.	1 sesión/2 horas	estudiantes el trabajo.
Competencias		
<p>CG4- Que los estudiantes sepan comunicar sus conclusiones – y los conocimientos y razones últimas que las sustentan- de un modo claro y sin ambigüedades a un público especializado o no especializado.</p> <p>CG6- Haber adquirido conocimientos avanzados y demostrado, en un contexto de investigación científica y tecnológica, o altamente especializado, una comprensión detallada y fundamentada de los aspectos teóricos y prácticos y de la metodología de trabajo en uno o más campos de estudio.</p> <p>CG16- Capacidad de realizar un análisis crítico y de evaluación y síntesis de ideas nuevas y complejas.</p> <p>CE19- Capacidad de comprender, explicar, analizar y desarrollar los diferentes procesos que integran los Proyectos Innovadores y Emprendimiento.</p>		
Actividades formativas		
<p>Exposiciones teórico-prácticas: Exposición por parte del profesor sobre los conceptos fundamentales de los contenidos que debe tener el trabajo (2 horas) (PRESENCIALIDAD: 100%)</p> <p>Visitas de tutorización: Reuniones con el tutor para seguimiento del trabajo (20 horas) (PRESENCIALIDAD: 100%)</p> <p>Desarrollo de una memoria de síntesis /Horas de trabajo no presenciales: En las que el alumno desarrollará su capacidad de aprendizaje autónomo a través del estudio y elaboración del trabajo (128 horas) (PRESENCIALIDAD: 0%)</p> <p>Total: 150 h.</p>		
Metodología docente utilizada		
Tutorías con el tutor interno del alumno para plantear el contenido del trabajo fin de máster y trabajo autónomo del alumno.		
Métodos de evaluación		
Defensa del Trabajo Fin de Master ante un tribunal, formado por tres doctores del departamento distinto del tutor.		100%

MATERIA: Prácticas en empresas		MÓDULO AL QUE PERTENECE: Módulo de Aplicación		
Créditos ECTS	12 créditos	Carácter	Optativo	
Unidad temporal	2º semestre		Itinerario	Único
Requisitos previos				
No tiene.				
Breve descripción y objetivos				
El alumno que opte por la rama profesional, desarrollará un programa de prácticas en una empresa de la zona.				
Resultados de aprendizaje				
Al finalizar las prácticas de empresas el alumno será capaz de:				
<div>1. Conseguir una formación integral facilitando la aplicación práctica de los conocimientos adquiridos durante el Máster.</div> <div>2. Asumir la responsabilidad de su propio desarrollo profesional y de especialización en una o más área de la empresa.</div> <div>3. Desarrollar una serie de competencias profesionales en el ámbito de la creación de empresas y dirección de proyectos innovadores y empresariales, que le permitan incorporarse al mundo profesional con un mínimo de experiencia.</div>				
Contenidos		Sesiones/Horas	Presencialidad	
Prácticas laborales en empresas de la zona en áreas de innovación y emprendimiento.		280 horas	Se requiere presencialidad del alumno en la empresa	
Competencias				
<div>CG7- Saber aplicar e integrar los conocimientos en Dirección de Proyectos Innovadores y Emprendimiento, la comprensión de éstos, su fundamentación científica y sus capacidades de resolución de problemas en entornos nuevos y/o complejos y definidos de forma imprecisa, incluyendo contextos de carácter multidisciplinar tanto investigadores como profesionales altamente especializados.</div> <div>CG12- Ser capaces de asumir la responsabilidad de su propio desarrollo profesional y de especialización en uno o más campos de estudio.</div> <div>CE20- Conocimiento, comprensión y capacidad de extracción de conclusiones de las experiencias competenciales de innovación y emprendimiento.</div>				
Actividades formativas				
<div>Desarrollo del Plan de Prácticas asignado: Por el Coordinador del Módulo de Aplicación del Máster</div> <div>Realización de la práctica en la empresa.</div>				

Dirección del desempeño del alumno por parte de los tutores.

Metodología docente utilizada

Desarrollo del Plan de Prácticas asignado (280 horas) (PRESENCIALIDAD: 100%)

Tutorías mensuales con el tutor interno para sugerencias sobre la mejora de la práctica (20 horas) (PRESENCIALIDAD: 100%)

Total: 300 horas.

Métodos de evaluación

Min. Max.

Exposición ante un tribunal –del que no forma parte el tutor- que evalúa el trabajo

100%

MATERIA: Investigación

MÓDULO AL QUE PERTENECE: Módulo de Aplicación

Créditos ECTS

12 créditos

Carácter

Optativa

Unidad temporal

2º semestre

Itinerario

Único

Requisitos previos

No tiene.

Breve descripción y objetivos:

El alumno que opte por la rama investigadora, deberá presentar un trabajo de investigación con el objetivo de profundizar en uno de los capítulos del proyecto de innovación, emprendimiento o intrapreneurship que desarrolle a lo largo del Máster.

Resultados de aprendizaje

Al finalizar el trabajo de investigación el estudiante será capaz de:

- Demostrar una comprensión sistemática de un campo de estudio y el dominio de las habilidades y métodos de investigación relacionados con dicho campo.
- Tener capacidad de concebir, diseñar, poner en práctica y adoptar un proceso sustancial de investigación con seriedad académica.
- Contribuir al avance del conocimiento a través de una investigación original que amplíe las fronteras del conocimiento desarrollando un corpus sustancial, que merezca la publicación referenciada a nivel

nacional e internacional.

- Fomentar en contextos académicos y profesionales, el avance tecnológico, social o cultural dentro de una sociedad basada en el conocimiento.

Contenidos	Sesiones/Horas	Presencialidad
<p>1. Seminarios sobre metodología de investigación cuantitativa y cualitativa</p> <p>BLOQUE I. METODOLOGÍAS CUANTITATIVAS</p> <p>Introducción: estadística descriptiva e inferencia estadística para la dirección</p> <p>Técnicas de Recogida de Información para dirección de Marketing: muestreo</p> <p>Tratamiento de la información previo a la modelización</p> <p>Metodologías cuantitativas para la construcción de modelos para la dirección. Software para la aplicación de dichos métodos.</p> <p>BLOQUE II. METODOLOGÍAS CUALITATIVAS</p> <p>Justificación y ventajas</p> <p>Tipologías</p> <p>Categorización. Resumen de los datos. Técnicas Cualitativas. Crear conexiones entre categorías: Test Chi-Cuadrado y U-Mann-Whitney.</p> <p>Estudios de casos:</p> <p>Aproximación histórica</p> <p>Comparación con otros paradigmas metodológicos</p> <p>La construcción de teorías y la oportunidad de la investigación con casos</p> <p>Cuestiones básicas de investigación</p> <p>Proceso del estudio de casos: protocolos, técnicas de obtención de datos y triangulación de evidencias (entrevista en profundidad, dinámicas de grupos, técnicas proyectivas, etc.)</p> <p>Redacción y explotación</p>	13 / 26 horas	<p>La asistencia a seminarios y tutorías es presencial.</p> <p>El trabajo lo realizaría el alumno en horas no presenciales</p>
2. Seminario sobre líneas de investigación en Innovación, Emprendimiento y Dirección de Proyectos	3 / 6 horas	
3. Tutorías personalizadas	20 horas	
4. Elaboración de un estudio de investigación relacionado con una línea de investigación abierta en los Departamentos implicados en el Máster.	248 horas	

Competencias

CG6- Haber adquirido conocimientos avanzados y demostrados, en un contexto de investigación científica y tecnológica, o altamente especializado, una comprensión detallada y fundamentada de los aspectos teóricos y prácticos y de la metodología de trabajo en uno o más campos de estudio.

CG10- Saber transmitir de un modo claro y sin ambigüedades a un público especializado o no, resultados procedentes de la investigación científica y tecnológica o del ámbito de la innovación más avanzada, así

como los fundamentos más relevantes sobre los que se sustentan.

CE21- Conocimiento de la investigación existente en relación con las líneas de investigación del Departamento y en particular con las vinculadas a Dirección de Proyectos Innovadores y Emprendimiento.

CE22- Capacidad de comunicar las conclusiones obtenidas subrayando las razones últimas que las sustentan de forma que sean comprensibles para audiencias tanto especializadas en el tema como ajenas al mismo.

Actividades formativas

Exposiciones teórico-prácticas: Exposición por parte del profesor sobre metodología y líneas de investigación en Innovación, Emprendimiento y Dirección de Proyectos (32 horas) **(PRESENCIALIDAD: 100%)**

Visitas de tutoriación personalizadas con los tutores interno y externo (20 horas) **(PRESENCIALIDAD 100%)**

Desarrollo de un Trabajo de Investigación/Horas de trabajo no presenciales: En las que el alumno desarrollará su capacidad de aprendizaje autónomo a través del trabajo de investigación (248 horas) **(PRESENCIALIDAD: 0%)**

Total: 300 h.

Metodología docente utilizada

Tutorías con los tutores interno y externo del alumno para plantear el contenido del trabajo de investigación.

Métodos de evaluación

Exposición del trabajo ante un tribunal formado por tres doctores del departamento distintos del tutor	100%
--	------

6. Personal Académico.

6.1. Personal académico disponible.

El Master Universitario en Creación de Empresas, Nuevos Negocios y Proyectos Innovadores será impartido por profesorado de la Universidad de Cádiz y por profesionales externos, emprendedores y profesores de otras universidades. La participación del personal externo a la UCA será superior al 30% de la docencia impartida; esta proporción está respaldada por la experiencia de otros másteres de la Facultad de Ciencias Económicas y Empresariales y por la disponibilidad de profesionales y emprendedores que proporcionan las asociaciones, instituciones y agentes sociales que han mostrado su interés por el título (véanse las cartas de apoyo), así como por la experiencia de las Cátedras Externas de la UCA dirigidas por profesores del Máster.

En este apartado se relaciona el personal disponible de cada uno de los departamentos implicados en la docencia del Master y los profesores responsables de la coordinación de los diferentes módulos y cursos. La concreción del personal académico que compartirá con ellos la docencia en los cursos resulta complicada porque aunque la coordinación de los cursos ya tiene responsables y éstos están implicados en su docencia, los diferentes Departamentos de la Universidad de Cádiz ponen a sus profesores a disposición del Master sólo en el momento de la elaboración de la Programación Docente; es decir, la asignación de las personas que imparten la docencia y su distribución se materializa en el Plan de Ordenación Docente, que se elabora a lo largo de los meses de abril, mayo y junio. En cualquier caso, aportamos en esta memoria tanto información relativa a los coordinadores, como información del conjunto de profesores de los Departamentos implicados en el Master. Si atendemos a la distribución de la docencia que en el pasado han tenido los másteres de la Facultad de Ciencias Económicas y Empresariales, podemos esperar que más del 70% del profesorado asignado a la docencia sea doctor.

A continuación se relacionan los coordinadores académicos del Máster.

Tabla 6.1. Previsión inicial de coordinadores académicos del máster.

FUNCIÓN	PROFESOR	DOCTORADO
Coordinación de Master	Pfr. José Ruiz Navarro	Si
Coordinación Módulo Común	Pfr. Daniel Coronado Guerrero	Si
Coordinación Módulo Específico	Pfr. José Manuel Sánchez	Si
Coordinación Módulo de Aplicación	Pfr. Salustiano Martínez Fierro	Si
Introducción a la Economía	Prfra. M ^a Carmen Puentes Graña	No
Introducción a la Economía de la Empresa	Prfra. Inmaculada Maeztu Herrera	Si

Ecosistema Emprendedor e Innovación	Pfr. José Ruiz Navarro	Sí
Creatividad y Oportunidades	Pfr. José Manuel Sánchez Vázquez	Sí
Dirección de la Innovación	Pfr. Salustiano Martínez Fierro	Sí
Recursos Humanos y Equipo Emprendedor	Pfra. M ^a Luz Fernández Alles	Sí
Modelos y Planes de Negocios	Pfr. José Aurelio Medina Garrido	Sí
Marketing emprendedor	Pfr. José Luis Durán Valenzuela	No
Cooperación innovadora	Pfr. Antonio Rafael Ramos	Sí
Internacionalización y Empresa Nacida Global	Pfra. M ^a Ángeles Frende Vega	Sí
Finanzas para Nuevos Negocios	Pfra. María Vélez Elorza	Sí
Derecho para Emprendedores	Pfr. Juan Luis Pulido Begines	Sí
Empresa Familiar y Evolución Empresarial	Pfr. José Daniel Lorenzo Gómez	Sí
TRABAJO FIN DE MASTER (OBLIGATORIA)	De la misma manera, y proporcionalmente los trabajos son dirigidos por el profesorado afecto al Master Universitario en Dirección de Proyectos Innovadores y Emprendimiento.	
PRÁCTICAS EN EMPRESA/CREACIÓN DE EMPRESA/DIRECCIÓN DE PROYECTO (OPCIONAL)	Coordinada por un tutor académico y un tutor profesional de la empresa en la que el alumno realiza la práctica	
TRABAJO DE INVESTIGACIÓN (OPCIONAL)	Se garantiza que el trabajo Fin de Master de aquellos alumnos de perfil investigador serán coordinados por profesores doctores.	

Relación de profesores	
NIF	Apellidos y nombre
52301434D	CORONADO GUERRERO, DANIEL
44034385B	MARTINEZ FIERRO, SALUSTIANO JUAN
31173688V	RUIZ NAVARRO, JOSE
31241676V	SANCHEZ VAZQUEZ, JOSE MANUEL

Categoría	Número	Total (%)	Doctores (%)	Dedicación		
				Total	Parcial	Horas
Catedrático Universidad	2	50.00 %	100.00 %	2	0	50.00 %
Titular Universidad	1	25.00 %	100.00 %	1	0	25.00 %
Profesor colaborador	1	25.00 %	100.00 %	1	0	25.00 %

Los profesores arriba relacionados pertenecen a Grupos de Investigación financiados por el Plan Andaluz de Investigación, Desarrollo e Innovación, de la Junta de Andalucía (PAIDI):

Tabla 6.2. Grupo de Investigación y Categoría Profesional de los Coordinadores

PROFESOR	GRUPO DE INVESTIGACIÓN	CATEGORÍA
Pfr. José Ruiz Navarro	SEJ 360: Dirección estratégica y Creación de Empresas	CU
Pfr. Daniel Coronado Guerrero	SEJ 295: Economía de la Innovación y el Transporte	CU
Pfr. José Manuel Sánchez	SEJ 449: Dirección de Recursos Humanos; Capital Social y Capital Intelectual	TU
Pfr. Salustiano Martínez Fierro	SEJ 360: Dirección estratégica y Creación de Empresas	P Colab
Prfra. M ^a Carmen Puentes Graña	SEJ 295: Economía de la Innovación y el Transporte	P Colab

Pfra. Inmaculada Maeztu Herrera	SEJ 449: Dirección de Recursos Humanos; Capital Social y Capital Intelectual	TU
Pfra. M ^a Luz Fernández Alles	SEJ 360: Dirección estratégica y Creación de Empresas	TU
Pfr. José Aurelio Medina Garrido	SEJ 360: Dirección estratégica y Creación de Empresas	TEU
Pfr. José Luis Durán Valenzuela	SEJ 482: Innovación Social en Marketing	TEU
Pfr. Antonio Rafael Ramos	SEJ 360: Dirección estratégica y Creación de Empresas	Cont Dr
Pfra. M ^a Ángeles Frende Vega	SEJ 360: Dirección estratégica y Creación de Empresas	P Colab
Pfra. María Vélez Elorza	SEJ 366: Estudio sobre la utilidad de la información contable en el contexto de la gestión empresarial	TU
Pfr. Juan Luis Pulido Begines	SEJ 052: Derecho del Transporte y la Navegación	CU
Pfr. José Daniel Lorenzo Gómez	SEJ 360: Dirección estratégica y Creación de Empresas	TU

La Universidad de Cádiz pone el Personal Docente e Investigador de los Departamentos a disposición de la Facultad de Ciencias Económicas y Empresariales para impartir el Máster. El título contará con profesores de los siguientes Departamentos:

- Departamento de Comercialización e Investigación de Mercados.
- Departamento de Economía Financiera y Contabilidad.
- Departamento de Economía General.
- Departamento de Derecho del Trabajo y de la Seguridad Social.
- Departamento de Organización del Empresas.

Tabla 6.3: Distribución de la plantilla en cada Área de Conocimiento Implicada en la docencia en el master en función de la categoría profesional

	COMERCIALIZACIÓN E INVESTIGACIÓN DE MERCADOS		ECONOMÍA FINANCIERA Y CONTABILIDAD		ECONOMÍA APLICADA		DERECHO TRABAJO		ORGANIZACIÓN DE EMPRESAS	
	Nº	%	Nº	%	Nº	%	Nº	%	Nº	%
CATEDRÁTICOS UNIVERSIDAD	0	0	2	4,4	2	4,1			2	3,2
TITULAR UNIVERSIDAD	2	10,5	11	24,4	7	14,3			10	16,1
TITULAR ESCUELA UNIVERSITARIA	4	21,1	17	37,7	9	18,4			6	9,7
AYUDANTE DOCTOR	0	0	0	0	1	2,0		0	1	1,6
CONTRATADO DOCTOR	0	0	4	8,9	0	0			2	3,2
COLABORADOR	4	21,1	2	4,4	2	4,1	0	0	7	11,3
BENEFICIARIO AREAS DEFICITARIAS	1	5,3	2	4,4	0	0	0	0	4	6,5
INVESTIGADOR-FORMACIÓN	0	0	0	0	1	2,0	0	0	0	0
INVESTIGADOR UCA	0	0	2	4,4	0	0	0	0	0	0
PROFESORES EEMM EN COMISIÓN DE SERVICIOS	0	0	1	2,2	0	0	0	0	0	0

PROFESOR ASOCIADO LOU	3	15,8	4	8,9	4	8,2			11	17,7
PROFESOR SUSTITUTO INTERINO	4	21,1	3	6,7	17	34,7			18	29,0
PROFESOR ASOCIADO	1	5,3	1	2,2	0	0	0	0	0	0
TOTAL	19	100,0	45	100,0	49	100,0		100,0	62	100,0

Fuente: Sistema de Información de la UCA (datos a 30 de noviembre de 2012)

Tabla 6.4: Distribución de la plantilla de las Áreas de Conocimiento implicadas en la docencia (doctores y no doctores).

	NO DOCTOR		DOCTOR		TOTAL	
	Nº	%	Nº	%	Nº	%
Comercialización e Investigación de Mercados	12	63,2	7	36,8	19	100
Economía Aplicada	30	66,7	15	33,3	45	100
Economía Financiera y Contabilidad	26	53,1	23	46,9	49	100
Derecho del Trabajo y de la Seguridad Social						100
Organización de Empresas	38	61,3	24	38,7	62	100
TOTAL	106	60,6	69	39,4	175	100

Fuente: Sistema de Información de la UCA (datos a 30 de noviembre de 2012)

Tabla 6.5: Distribución de la plantilla de las Áreas de Conocimiento implicadas en la docencia (categoría y dedicación).

	DEDICACION				TOTAL	
	Tiempo Completo	%	Tiempo Parcial	%	Número	%
Comercialización e Investigación de Mercados	15	78,9	4	21,1	19	100
Economía Aplicada	28	62,2	17	37,8	45	100
Economía Financiera y Contabilidad	39	79,6	10	20,4	49	100
Derecho del Trabajo y de la Seguridad Social						100
Organización de Empresas	43	69,4	19	30,6	62	100
TOTAL	125	74,4	50	28,6	175	100

Fuente: Sistema de Información de la UCA (datos a 30 de noviembre de 2012)

Tabla 6.6: Distribución de la plantilla de las Áreas de Conocimiento implicadas en la docencia (género).

	MUJER		HOMBRE		TOTAL	
	Nº	%	Nº	%	Nº	%
Comercialización e Investigación de Mercados	10	52,6	9	47,3	19	100
Economía Aplicada	23	51,1	22	48,9	45	100
Economía Financiera y Contabilidad	23	46,9	26	53,1	49	100
Derecho del Trabajo y de la Seguridad Social						100
Organización de Empresas	28	45,2	34	54,8	62	100
TOTAL	84	48,0	91	52,0	175	100

Fuente: Sistema de Información de la UCA (datos a 30 de noviembre de 2012)

A partir de los datos presentados en las tablas anteriores se concluye que la mayoría del profesorado implicado actualmente en las áreas relacionadas con el Máster mantiene una relación contractual estable

con la Universidad de Cádiz. La estabilidad del personal académico, unido a la proporción de doctores con que contará el Master, permite asegurar que la Universidad de Cádiz impartirá el título con un profesorado de alta cualificación.

6.2. Adecuación del profesorado y personal de apoyo al plan de estudios.

La adecuación del profesorado puede medirse por su experiencia docente e investigadora. Los datos presentados en la tabla 6.7 muestran la distribución de trienios y quinquenios, que nos darán una medida de la experiencia docente del profesorado; junto a estos datos se añade una medida de la experiencia investigadora (número de sexenios de investigación).

Tabla 6.7: Distribución de trienios, quinquenios y sexenios por Área de Conocimiento

	Nº Trienios	Nº Quinquenios	Nº Sexenios
COMERCIALIZACION E INVESTIGACION DE MERCADOS	48	21	0
ECONOMIA FINANCIERA Y CONTABILIDAD	232	97	9
ECONOMICA APLICADA	129	66	7
DERECHO DEL TRABAJO Y DE LA SEGURIDAD SOCIAL			
ORGANIZACION DE EMPRESAS	175	61	9
TOTAL	584	245	37

Fuente: Sistema de Información de la UCA (datos a 30 de noviembre de 2012)

Asimismo, actualmente en la facultad un grupo significativo de profesores pertenecen a grupos de investigación competitivos. Estos grupos cuentan con proyectos financiados por el Plan Andaluz de Investigación, así como por el Ministerio, dentro del Plan Nacional. Estos profesores desarrollan una importante labor investigadora que tiene su reflejo tanto en la docencia de grado como en la de posgrado y doctorado. En la tabla 6.6 se muestran los grupos de investigación en la Facultad de Ciencias Económicas y Empresariales, así como las líneas de investigación.

Tabla 6.8. Grupos de Investigación en la Facultad de Ciencias Económicas y Empresariales

Grupo de Investigación	Líneas de Investigación
SEJ 295: Economía de la Innovación y el Transporte	<ul style="list-style-type: none"> • Economía de la innovación y el desarrollo tecnológico • Sistemas regionales de innovación • I+D+I en la economía y la empresa andaluza • Economía del transporte • Métodos de valoración de infraestructuras
SEJ 313: Globalización y Dinámica Territorial	<ul style="list-style-type: none"> • Extroversión y dinámica espacial. • Espacios rurales y desarrollo endógeno. • Articulación espacial de actividades. • Economía regional. • Nuevas migraciones y demografía de Empresas. • Economía de la pesca y la acuicultura
SEJ 360: Dirección Estratégica y Creación de Empresas	<ul style="list-style-type: none"> • Dirección estratégica, gestión del conocimiento y aprendizaje organizativo, y sus relaciones con la creación de empresas
SEJ 366: Estudio sobre la utilidad de la Información Contable en el contexto de la Gestión Empresarial	<ul style="list-style-type: none"> • Información contable y valoración de empresas. • Información contable, control de gestión y toma de decisiones. • Innovación en las organizaciones. • Contenido social de la información contable. • Cambio en los sistemas y prácticas de contabilidad.
SEJ 387: Sociología en Cádiz	<ul style="list-style-type: none"> • Formación continua en su relación con el mercado de trabajo, el empleo y la protección social. • Evaluación de las políticas públicas relativas a los servicios sociales y sus consecuencias sobre el sistema social. • Nuevas formas de empresa

Grupo de Investigación	Líneas de Investigación
SEJ 482: Innovación Social en Marketing	<ul style="list-style-type: none"> • Comportamiento de los compradores de productos agroalimentarios. • Turismo ético y sostenible. • Medioambiente. • Hábitos alimentarios y salud. • Mercados agroalimentarios ecológicos y sostenibles. • Comercialización de productos agrarios.
SEJ 449: Dirección de Recursos Humanos, Capital Social y Capital Intelectual	<ul style="list-style-type: none"> • Dirección estratégica de los recursos humanos. • Sistemas de Gestión de Recursos Humanos. • Capital social organizativo. • Diversidad.
HUM-724: Terminología inglesa aplicada a las ciencias	<ul style="list-style-type: none"> • Didáctica de la lengua inglesa con particular atención al inglés de especialidad • Nominalización en la lengua inglesa aplicada a las ciencias y a la técnica. • Elaboración y estudio de los corpus léxicos de los diferentes campos científico -técnicos. • Estudio contrastivo inglés-español de las unidades terminológicas de la lengua inglesa aplicada a diversas ciencias. • Enseñanza asistida por ordenador.
FQM-243: Estadística e Investigación Operativa	<ul style="list-style-type: none"> • Distribuciones de probabilidad • Ordenaciones estocásticas • Análisis de supervivencia • Técnicas de análisis exploratorio de datos • Programación matemática

A la experiencia del personal docente e investigador se unen los recursos materiales e inmateriales que proporcionan las tres Cátedras Externas que intervienen en el Máster. Los profesores vinculados a estas Cátedras y el personal de administración que trabaja en ellas cuentan con una gran experiencia en el desarrollo de actividades estrechamente relacionadas con la emprendeduría y los proyectos innovadores. En la Tabla 6.9 se enumeran las tres Cátedras relacionadas con el Máster.

La vinculación de las Cátedras está justificada, entre otras cosas, porque el Coordinador del Máster es el director de la Cátedra de Emprendedores, el responsable de uno de los cursos es el Director de la Cátedra

de Empresa Familiar y el Subdirector de la Cátedra Extenda es responsable de un módulo y de un curso.

Tabla 6.9 Cátedras vinculadas al Máster

Cátedras
Cátedra de Emprendedores
Cátedra de Empresa Familiar
Cátedra Extenda de Internacionalización

De forma breve relacionamos a continuación los objetivos y propósito de cada una de las Cátedras.

Cátedra de Emprendedores de la UCA

La Cátedra de Emprendedores es la unidad de servicios de la Universidad de Cádiz de fomento y apoyo a la cultura emprendedora. Impulsa iniciativas innovadoras que pongan al servicio de la sociedad y de la provincia de Cádiz la capacidad del conocimiento universitario de generar valor.

Es una muestra del compromiso social de la Universidad de Cádiz con su entorno y con el desarrollo regional. Ofrece su colaboración a los agentes sociales, con responsabilidad en el desarrollo económico y social, para crear más y mejores empresas basadas en el conocimiento científico, tecnológico, humanístico, social y cultural.

Líneas estratégicas de actuación:

La Cátedra de Emprendedores pone a disposición de la comunidad universitaria los siguientes servicios:



Asesoramiento empresarial básico en el proceso de maduración de la idea de negocio analizando junto con los promotores aspectos tales como el producto o servicio a ofrecer, el sector, el mercado objetivo y el cliente, el equipo promotor, las necesidades financieras y el potencial de la idea de negocio.

- Realización de un informe de percepción de la idea de negocio sobre el análisis anteriormente realizado.
- Formación básica en gestión empresarial en una sesión de cuatro horas sobre aspectos estratégicos, financieros y jurídicos.
- Acompañamiento a un organismo tutor externo para el desarrollo del plan de empresa.
- Trámites de constitución y asesoramiento jurídico básico en aquellas cuestiones relacionadas sobre la creación de la empresa.
- Alta en la red de empresas de la Cátedra de Emprendedores de la UCA.¹³

La Cátedra de Emprendedores de la UCA ha recibido el Premio Nacional 2012 a la Mejor práctica universidad-empresa concedido por la Red FUE (Fundación Universidad-Empresa).

Cátedra Extenda de Internacionalización

Las Cátedras EXTENDA de Internacionalización son el resultado de la estrecha colaboración entre la Agencia Andaluza de Promoción Exterior y las Universidades Andaluzas. Actualmente hay once Cátedras EXTENDA de Internacionalización en funcionamiento en colaboración con las Universidades de Sevilla, Pablo de Olavide, Cádiz, Huelva, Málaga, Jaén, Almería, Granada, INSA-E TEA, Córdoba y la Universidad Internacional de Andalucía.

¹³ La información se ha extraído íntegramente de la página web de la Cátedra. En la página web pueden encontrarse las memorias anuales y las actividades desarrolladas por la Cátedra. <http://www.uca.es/emprendedores/presentacion>

Misión

- El análisis, la investigación y la docencia de la realidad, problemática y perspectivas de la internacionalización de las empresas andaluzas desde todos los puntos de vista que se estimen relevantes.
- Fortalecer entre los alumnos el conocimiento de la realidad del fenómeno de la internacionalización de la empresa.
- Orientar a los alumnos para una futura dedicación profesional en temas de internacionalización.
- Aunar esfuerzos de Universidad, Instituciones Públicas y Privadas y Empresarios para el desarrollo y mejora de la internacionalización de nuestra economía.

Valores

1. Adaptación rápida a las necesidades de las partes implicadas.
2. Transparencia y colaboración mutua en todas las actividades.
3. Un código de comportamiento basado en la ayuda, la confianza y el reconocimiento.
4. La participación y el trabajo en equipo lidera la mejora continua.
5. La innovación, principio de nuestras actividades.

La Cátedra de Internacionalización-Extenda de Cádiz, inscrita en el ámbito académico de la Facultad de Ciencias Económicas y Empresariales, es fruto del convenio de colaboración que firmó la Universidad de Cádiz con la Agencia Andaluza de Promoción Exterior (EXTENDA).

Las actividades de la cátedra de la UCA pueden ser de tres tipos:

1. Docencia en el ámbito de la Internacionalización.
2. Desarrollo de proyectos de investigación.
3. Realización de seminarios específicos.¹⁴

Cátedra Empresa Familiar

El Instituto de Empresa Familiar cuenta con una importante Red de Cátedras de Empresa Familiar. Esta Red, la mayor del mundo en esta disciplina, la componen 36 Cátedras en las que trabajan 200 profesores universitarios que forman a una media de 1.800 alumnos al año en toda España.

¹⁴ La información se ha extraído íntegramente de la página web de la Cátedra donde se encuentra también la relación de actividades desarrolladas por la cátedra.
<http://www.extenda.es/catedras/uca/index.php>

Las Cátedras de Empresa Familiar tienen por objeto el análisis, la investigación y la docencia sobre la realidad de estas compañías, que constituyen la base principal de creación de riqueza en España (un 70% del PIB y el 70% del empleo privado).

El Instituto, a través de su área académica, dirige y coordina sus actividades con el objeto de asegurar la homogeneidad de los contenidos y mejorar su calidad. La incorporación de la empresa familiar como tema en los planes de estudios universitarios significa un avance en el proceso de aproximación de las universidades hacia la realidad del tejido empresarial de nuestro país.

La Cátedra Santander de Empresa Familiar de Cádiz fue creada el 10 de mayo de 2004, comenzando sus actividades en el curso 2004-2005. Las instituciones promotoras de la Cátedra son: la [Asociación Andaluza de la Empresa Familiar](#), el [Instituto de la Empresa Familiar](#) y la [Universidad de Cádiz](#), junto con su patrocinador, [Banco Santander](#).

La Cátedra Santander de Empresa Familiar tiene como objetivo la difusión de los valores de la empresa familiar, para lo que desarrolla actividades [docentes](#), de [investigación](#) y de [difusión](#) relacionadas con la empresa familiar.

Desde su creación, la Cátedra está integrada en la [Red de Cátedras de Empresa Familiar](#), que coordina el Instituto de la Empresa Familiar. Su director es José Daniel Lorenzo Gómez, profesor titular de Organización de Empresas de la Universidad de Cádiz.

La Cátedra de Empresa Familiar recibió el Premio Nacional 2008 a la Mejor práctica universidad-empresa concedido por la Red FUE (Fundación Universidad-Empresa).¹⁵

6.3. Otros recursos humanos disponibles.

La oferta docente no sería posible sin el concurso de personal de apoyo que atendiera las labores administrativas y de gestión de infraestructuras imprescindibles para el correcto desarrollo de las actividades docentes e investigadoras.

La Facultad de Ciencias Económicas y Empresariales cuenta con Personal de Administración y Servicios (PAS), con dedicación exclusiva cuyas funciones son las tareas administrativas y de gestión de las infraestructuras que se derivan de la actividad académica y que son imprescindibles para el correcto desarrollo de la labor docente. En la tabla 6.2.1 se especifica la composición del personal que desarrolla su actividad en la Facultad de Ciencias Económicas y Empresariales.

¹⁵ La información se ha extraído íntegramente de la página web de la Cátedra; en ella puede encontrarse también la relación de actividades desarrolladas por la Cátedra. <http://www.uca.es/empresafamiliar/>

Tabla 6.10 Personal de Administración y Servicios adscrito a la Facultad de Ciencias Económicas y Empresariales

Unidad administrativa	Número de personas de apoyo Campus de Cádiz
Biblioteca	8
Conserjería	6
Secretaría	4
Gestores Departamentos	3
Gestor Decanato	1
Administración	2
Coordinador de Campus	1

Adicionalmente, se podría contar con los recursos humanos que componen las distintas unidades administrativas de la UCA que dan apoyo directo a la gestión como pueden ser las Administraciones de Campus en los que el título se imparta, la Oficina de Relaciones Internacionales, el Área de atención al Alumno, la Dirección General de Empleo, Becas, etc.

7. Recursos Materiales y Servicios.

7.1. Justificación de la adecuación de los medios materiales y servicios disponibles.

Las características de sus comarcas y a distribución de la población en torno a grandes núcleos urbanos hace de la provincia de Cádiz una distribución territorial singular. La Universidad de Cádiz está fuertemente vinculada al territorio en el que desarrolla su actividad y se estructura en 4 Campus: Cádiz, Puerto Real, Jerez de la Frontera y Bahía de Algeciras. La Facultad de Ciencias Económicas y Empresariales, solicitante del título, se encuentra en el Campus de Cádiz, si bien existen dos sedes de la misma tanto en el campus de Jerez de la Frontera como en el de Algeciras.

En Cádiz capital se desarrollan fundamentalmente los estudios socio-humanísticos y sanitarios. Concretamente en el Campus de Cádiz están ubicados 5 centros, la mayor parte, 3, relacionadas con la rama socio-humanística. Cuatro de ellos, la Facultad de Filosofía y Letras, la Facultad de Ciencias Económicas y Empresariales, la Facultad de Ciencias del Trabajo y la Facultad de Medicina, están situados en el casco antiguo de la ciudad de Cádiz, concretamente en un cordón natural que comienza en el Parque Genovés y que finaliza en la playa urbana de la Caleta. El otro, la Facultad de Enfermería y Fisioterapia se encuentra en la avenida principal de la ciudad, concretamente frente al Hospital universitario Puerta del Mar.

La Facultad de Ciencias Económicas y Empresariales.

La Facultad de Ciencias Económicas y Empresariales imparte actualmente las enseñanzas conducentes a las titulaciones de Grado en Administración y Dirección de Empresas y de Grado en Finanzas y Contabilidad, además del Programa Oficial de Posgrado.

El edificio centenario de la Facultad, antiguo Hospital de Mora construido en 1903, es un referente histórico de la ciudad. El edificio actual se reconstruyó e inauguró en el año 1997, y cuenta con una superficie total construida de 20.505 M² y de superficie útil de 17.830 M².

Para poder desarrollar con garantías la organización de las enseñanzas y los procesos académicos, administrativos y de gestión cuenta con unas notables instalaciones docentes y de servicios, que se han ido mejorando desde su apertura hasta la actualidad. Muchas de estas modificaciones han respondido a la necesidad de adaptar los espacios docentes y de biblioteca a los requerimientos que establece el Espacio Europeo de Educación Superior.

El edificio cuenta con dos grandes módulos separados por un amplio patio central. Las principales dependencias de los módulos son las siguientes:

- **Módulo 1:** En el que se localizan las aulas del centro, tanto de docencia teórica, como de informática y seminarios. Igualmente, se encuentran en este módulo otras dependencias, como el Aula Magna, la Biblioteca, la Copistería y un espacio abierto dotado de mobiliario para que los alumnos puedan trabajar en grupos y estudiar. Además, en este módulo se sitúan los despachos de las Secciones del Departamento de Estadística e Investigación Operativa y del Departamento de Matemáticas.
- **Patio Central:** Amplio espacio al aire libre que une los dos Módulos y en el que se encuentra el Salón de Grados, así como los accesos a los despachos para los profesores de idiomas, para profesores del Departamento de Derecho Público y un local asignado a la asociación estudiantil AIESEC. El otro lateral de la galería abierta está habilitado con dos despachos para personal de Biblioteca.
- **Módulo 2:** en el que se encuentran los despachos de profesores y servicios de la Facultad (secretaría, delegación de alumnos, laboratorios de idiomas, aulas de informática, salas de reuniones, despachos de los gestores de departamentos y decanato).

Tabla 7.1. Superficie en m² de las principales dependencias de la Facultad

Dependencia	M ²
Aulas, laboratorios de idiomas, aulas de informática y seminarios	3.865,45
Locales de uso común (excepto cafetería y biblioteca)	2.435,38
Biblioteca	1.305,00
Despachos	1.995,78
Pasillos y Escaleras	8.142,96
Patios y calles interiores	2.530,00

a.1) Espacios docentes:

La Facultad de Ciencias Económicas y Empresariales cuenta con un total de 26 aulas de docencia y aulas de seminario con una capacidad para 2.406 alumnos. La tabla 7.2 muestra los espacios docentes de los que dispone el Centro. En la misma se especifica el Módulo en el que se encuentra, la denominación del aula, la capacidad, en cuanto a número de alumnos que puede albergar, y la planta en la que están situados.

Tabla 7.2. Espacios Docentes

Módulo	Nombre	Capacidad	Planta
1	S.1	135	Sótano
1	S.2	135	Sótano
1	B.1	125	Baja
1	B.2	125	Baja
1	B.3	125	Baja
1	B.4	125	Baja
1	1.1	125	Primera
1	1.2	125	Primera
1	1.3	60	Primera
1	1.4	125	Primera
1	1.5	125	Primera
1	2.1	125	Segunda
1	2.2	125	Segunda
1	2.3	60	Segunda
1	2.4	125	Segunda
1	2.5	125	Segunda
1	4.1	87	Cuarta
1	4.2 a	30	Cuarta
1	4.2 b	30	Cuarta
1	4.3	35	Cuarta
1	4.4	75	Cuarta
1	4.6	30	Cuarta

Módulo	Nombre	Capacidad	Planta
1	4.7	87	Cuarta
1	4.8	92	Cuarta
1	Seminario I	25	Quinta
1	Seminario II	25	Quinta
Total	26	2406	

Todas las aulas están dotadas con medios audiovisuales completos, conexión Wifi y son accesibles para discapacitados, disponiendo de rampas exteriores de acceso y ascensor. El mantenimiento de los medios audiovisuales e informáticos se lleva a cabo por el Área de Informática de la Universidad de Cádiz. Las aulas de tamaño reducido cuentan, además, con mobiliario adecuado para hacer seminarios, trabajos en equipo, etc. atendiendo a las nuevos requerimientos metodológicos de los nuevos grados y másteres implantados de acuerdo al Espacio Europeo de Educación Superior. La Tabla 7.3. detalla la ubicación, denominación y capacidad de las aulas de Informática y de los laboratorios de Idiomas. Situadas en los dos Módulos del edificio de la Facultad de Ciencias Económicas y Empresariales las aulas de informática permiten el acceso del alumnado a los recursos electrónicos de la Universidad, así como la realización de prácticas. Estas aulas se utilizan para impartir docencia de aquellas asignaturas que requieran el uso de algún software especializado o simplemente requieran el acceso a Internet. Existen un total de 7 aulas de informática con una capacidad total para 188 alumnos.

Tabla 7.3. Aulas de Informática y Laboratorios

Nombre	Capacidad
Aula de Informática I	30
Aula de Informática II	31
Aula de Informática III	29
Aula de Informática IV	22
Aula de Informática V	18
Aula de Informática VI	25
Aula de Informática VII	33
Laboratorio de Idiomas	30

Nombre	Capacidad
Total	218

a.2) Salas Multiusos con los que dispone la Facultad de Ciencias Económicas y Empresariales:

Tabla 7.4: Salas Multiusos

Módulo	Nombre	Capacidad	Planta
1	Sala Alumnos (Posgrado)	15	4
2	Sala de Juntas I	25	2
2	Sala de Juntas II con Videoconferencia	40	2
2	Sala de Profesores	15	3
Total	4	95	

a.3) Salones de Actos:

Tabla 7.5: Salón de actos

Módulo	Nombre	Capacidad	Planta
1	Aula Magna	248	Sótano
2	Sala de Conferencias	98	Baja
Patio	Salón de Grados	112	Baja
Total	3	458	

a.4) Despachos de Profesores:

Todos los Departamentos, con asignaturas en los planes de estudios que imparte la Facultad, tienen asignados despachos para sus profesores. Algunos son compartidos y otros individuales. La principal característica de los mismos es su amplitud y permiten a los profesores con docencia en el Centro realizar sus tareas docentes, de atención personalizada a los estudiantes del Centro y realizar tareas de investigación.

Asimismo la Facultad de Ciencias Económicas y Empresariales tiene reservados dos despachos para su utilización por profesores de otras Universidades, españolas o extranjeras, que pasan un periodo de estancia en esta Facultad.

Tabla 7.6. Despachos de Profesores

Módulo	Departamento	Número de despachos	Planta
2	E. Financiera y Contabilidad	8	1
2	E. Financiera y Contabilidad	14	2
2	Marketing y Comunicación	2	1
2	Marketing y Comunicación	3	2
2	Organización de Empresas	11	3
2	Economía General	5	3
2	Economía General	15	4
1	Estadística e Investigación Operativa	6	5
1	Matemáticas	4	5
2	Derecho Público	1	Baja
2	Derecho Privado	1	Baja
2	Derecho del Trabajo y Seguridad Social	1	Baja
1	Área Derecho Financiero y Tributario	1	Baja
1	Filología Francesa e Inglesa	1	Baja

a.5) La Biblioteca de Ciencias Sociales y Jurídicas:

Dentro de las dependencias de la Facultad de Ciencias Económicas y Empresariales se encuentra la Biblioteca de Ciencias Sociales y Jurídicas, que aglutina los fondos bibliográficos que dan soporte a las Titulaciones impartidas en la Facultad de Ciencias Económicas y Empresariales y en la Facultad de Ciencias del Trabajo.

Desde 2004 la Biblioteca de la Universidad de Cádiz se ha sometido a tres procesos de evaluación: **Plan de Evaluación del Sistema Bibliotecario Universitario Andaluz** coordinado por la Unidad para la Calidad de las Universidades Andaluzas (2004), **Certificación de Calidad** otorgado por la ANECA (2005) y **Sello de**

Excelencia Europea +400 concedido por el Club Excelencia en Gestión (CEG) y por la Fundación Europea para la Gestión de la Calidad (EFQM) (2006), convirtiéndose así en la primera biblioteca española en lograr tal reconocimiento.

La Biblioteca en estos dos años ha continuado trabajando, junto con todos sus grupos de interés, en consolidar sus niveles de calidad, tanto en la gestión como en los resultados. En el año 2009 renovó **el Sello de Excelencia Europea +400**, y en el año **2011 el Sello de Excelencia Europea +500**.

Tabla 7.7. Instalaciones de la biblioteca

Biblioteca de Ciencias Sociales y Jurídicas	
Superficie m ²	1.305
Puestos de lectura	365
Estanterías libre acceso	1.952
Estanterías depósito	25

Tabla 7.8. Equipamiento de la biblioteca

Biblioteca de Ciencias Sociales y Jurídicas	
PCs públicos	28
PCs trabajo	7
Impresoras / trabajo	5
Impresora multifunción	1
Bancos de autopréstamo	1
Torno de entrada	1
Salas de trabajo	5
Portátiles	20
Lector de microforma	1
Reproductor de vídeo	2
Reproductor de audio	2
Sistema antihurto	2
Aparato magnetizador/desmagnetizador	1
Fotocopiadoras/trabajo	1
Escáner	1
Tablones de anuncios	7
Estación de trabajo de préstamo	1

Los fondos bibliográficos para alumnos se actualizan anualmente, adquiriéndose los textos recomendados por los profesores y atendiendo a las sugerencias del propio alumnado. Anualmente se adquieren también los fondos solicitados para ayudar al estudio avanzado e investigación del profesorado.

La biblioteca dispone de salas de trabajo en grupo, consta de nueve espacios cerrados dentro de la biblioteca destinados al estudio y la consulta en grupo. También se dispone de un espacio de aprendizaje y aula de formación. Se trata de unas salas multifuncionales destinadas a la docencia, dotadas con equipamiento audiovisual y de ofimática, que pueden ser utilizadas para la realización de actividades académicas especiales, proyectos didácticos específicos, cursos, seminarios o sesiones de formación. Cuentan con pantalla de proyección, proyector con conexión Wifi, transmisión de señales de video y multiproyector y pizarra interactiva, entre otros.

7.1.2. Recursos de redes

Estamos convencidos que el capital social, en cuanto a las redes de relaciones con stakeholders claves, constituye un recurso esencial tanto en el contexto empresarial y universitario. En un máster de estas características, con un claro perfil profesional e investigador, es especial relevante el apoyo que se tenga de las empresas e instituciones de la provincia de Cádiz. No sólo porque pueden ser fuente de alumnos potenciales, sino además porque los emprendedores, innovadores, y gestores demandan y valoran ampliar su red profesional. A esto se le une la posibilidad que realizar prácticas en estas empresas constituye una parte fundamental para los alumnos que cursan este máster en su perfil profesional. Por ello parece oportuno incluir en esta memoria una referencia a aquellas empresas, asociaciones y organismos que ya en el precedente MBA mostraron todo su apoyo a nuestra institución.

Diferentes asociaciones de empresarios apoyan este proyecto. El máster cuenta con el apoyo decidido de la asociación de Jóvenes empresarios de la provincia de Cádiz. La AJE de Cádiz está muy comprometida con la creación de empresas y la innovación, agrupando a más de 200 empresarios. Dentro de esta red de recursos se encuentra también “No more suit” una activa comunidad de emprendedores que trata de potenciar los emprendedores tecnológicos mediante el asesoramiento y la interacción a través de eventos y redes sociales. También gracias a la gran red de entidades colaboradoras se cuenta con la sala de creatividad de la CEEI. Esta sala dispone del entorno y los medios adecuados para fomentar el desarrollo de diferentes dinámicas de creatividad.

Numerosos organismos e instituciones forman parte de esta red de relaciones y constituyen un recurso importante. El Consejo Social de la Universidad de Cádiz busca integrar la Universidad con la sociedad de la que procede. Cumpliendo su objetivo de orientar la Universidad a la resolución de la problemática real de la sociedad de su entorno, el Consejo Social forma parte de la red de instituciones, empresas y asociaciones que apoyan el máster.

Desde el año 2007, la Cátedra de Emprendedores viene prestando su servicio a distintas empresas, emprendedores, asociaciones y organismos. Esto posibilita y facilita el establecimiento de convenios con empresas e instituciones para la realización de prácticas externas y para el establecimiento de una verdadera red de co-colaboración, dado que el curso 2013/2014 sería el primero para la implantación del

Máster.

El intenso trabajo desarrollado por la Cátedra de emprendedores queda reflejado en la extensa red de seguidores con los que establece contacto y se trabaja a través de las redes sociales. Esta red se gestiona a través de una página de Facebook con 1210 seguidores, una cuenta de Twitter con 2922 seguidores, la cuenta de LinkedIn con 581 contactos, además de publicar un boletín con más de 1600 seguidores.

La Cátedra de Emprendedores realiza una intensa labor fomentando la creación de empresas y proyectos emprendedores, proporcionando formación y las herramientas para crear y consolidar empresas. Durante los últimos años se ha creado una gran red de empresas. Así, destacamos las siguientes empresas y organizaciones que han venido colaborado con la Cátedra de Emprendedores, y que podrán colaborar con el nuevo Master:

ACOS, INGENIERIA DE GESTIÓN

A.P. BAHIA ALGECIRAS

A.P. BAHIA DE CADIZ

AGROAXIS, S.L

ARGÜESO

AYUNTAMIENTO DE EL PUERTO DE SANTA MARIA

BIOCAPAX TECHNOLOGIES

BUREAU VERITAS

CADIZ MOTORSPORT

CÁMARA DE COMERCIO DE CÁDIZ

CÁMARA DE COMERCIO DEL CAMPO DE GIBRALTAR

CÁPITAL ASESORES

CEPSA

CTAQUA

DRAGADOS OFFSHORE

EOSOLARSUR

ESCUELA NEGOCIOS JEREZ

FACUA

FEDERICO JOLY

FUECA

FUNDACIÓN ANAED

GARVEY

GRUPO H.A.C.E.

HOTEL JEREZ

HOTEL LAS CORTES 1812

HOTEL PLAYA

HOTEL PLAYA DE LA LUZ

iCAPAX WEB SERVICES

IKEA

INGRASA

ITAPUAN
LEROY MERLIN
LUNUSA
MONTECASTILLO CATERING
NAVANTIA
NEXOSURFBOARD
PACHAMAMA
PLAN 3
PROASAL SALINERA
PROCOSUR
RITA BENITEZ MOTA
TRANVIA-S FDO- CARRACA-CADIZ-

7.1.3. Dependencias y Servicios Centrales de la UCA:

a) Área de Informática y Centro Integrado de Tecnologías de la Información (CITI)

Sus funciones son:

- Planificar, proveer y gestionar las infraestructuras de tecnologías de la información de la UCA: red de comunicaciones, sistemas centrales, equipos de usuarios y recursos audiovisuales.
- Implantar y mantener servicios digitales de comunicación tales como correo electrónico, páginas web, telefonía, foros virtuales, videoconferencias, etc.
- Atender los servicios que solicitan los usuarios a través del Centro de Atención a Usuarios.
- Proveer recursos y servicios técnicos para desarrollar, almacenar y difundir información en los formatos medios disponibles.
- Asegurar la protección legal de los datos informatizados y la disponibilidad de los servicios y procesos implicados.
- Proveer recursos y servicios específicos de apoyo a la docencia, tales como aulas informáticas, software docente, medios audiovisuales y plataforma de docencia virtual.
- Aportar medios técnicos de apoyo a la Investigación, tales como servidores centrales de cálculo, software científico y recursos web.
- Proveer y apoyar las aplicaciones informáticas de soporte a los Servicios Administrativos y Órganos de Gobierno.
- Ayudar a los usuarios a adquirir la capacitación necesaria para usar las tecnologías de la información.
- Ofrecer a los alumnos de la Universidad recursos de tecnologías de la información que faciliten el acceso a una educación superior de alta calidad.
- Atender servicios de apoyo estadístico a investigadores, órganos de dirección y responsables de gestión.
- Participar en el diseño de los procesos y servicios administrativos telemáticos y ejecutar su implantación técnica.
- Apoyar el desarrollo y funcionamiento de la biblioteca electrónica, aportando recursos y soporte técnico.

- Ejercer el papel de observatorio de tecnologías de la información para detectar y aportar soluciones técnicas innovadoras a la Universidad.

b) Área de Deporte

El Área de Deportes, siguiendo las directrices y objetivos marcados por el equipo de gobierno de la Universidad de Cádiz, es la encargada de programar y coordinar las actividades y competiciones, organizar cursos, gestionar las instalaciones deportivas, promover convenios de colaboración con entidades públicas y privadas, etc.

El fin es facilitar a los alumnos y por extensión al resto de la comunidad universitaria, todos los medios necesarios para la práctica deportiva como componente fundamental de la formación integral de los alumnos. Las Instalaciones Deportivas de la UCA comprenden, entre otras, Pabellón Cubierto, Piscina Cubierta Climatizada, 3 Salas Multiusos y Pistas Exteriores. El Servicio de Deportes mantiene acuerdos con otras entidades para otras actividades deportivas.

c) Área de atención al Alumnado

Entre otros, se dispone de Servicios específicos como acceso a la Universidad, atención Psicopedagógica, empleo: orientación y promoción, oficina de egresados, becas, ayudas y premios, información universitaria, movilidad estudiantil en Universidades españolas, alojamiento, apoyo al asociacionismo, emisión de carné internacional del alumno y del profesor, transporte y representación estudiantil.

d) Unidad de Igualdad entre Mujeres y Hombres de la UCA

Ya referido su cometido en el apartado 6.3. de esta memoria.

e) Comisión contra la Violencia de Género de la UCA

Encargadas de la aplicación del Protocolo para la Prevención y Protección frente al Acoso Sexual y Acoso Sexista en la UCA (BOUCA nº122)

f) Salas de Lectura

En el Campus de Cádiz, donde se ubica la Facultad de Ciencias Económicas y Empresariales, se encuentran las siguientes Salas de Lectura: Aulario Simón Bolívar, Sala de Estudios ESI-2, Sala de Estudios de la Biblioteca de Humanidades y la Sala de Estudios de la Biblioteca de la Escuela Superior de Ingeniería.

g) Oficina de Relaciones Internacionales

Esta oficina lleva a cabo los servicios de apoyo al alumnado, PDI y PAS en relación con la movilidad internacional.

h) Servicio de Actividades Culturales

Entre otras destaca las Aulas de teatro, la Coral universitaria, el Campus cinema, las Exposiciones y conciertos y los Programas estacionales.

i) Orientación para Creación de Empresas

La Universidad de Cádiz ofrece ayuda para que los miembros de la Comunidad Universitaria puedan crear su propia empresa a través de la Cátedra de Emprendedores. Esta Cátedra es una herramienta útil para ayudar a hacer realidad las ideas y proyectos innovadores, dinamizando la cultura emprendedora, formando en la materia y apoyando las iniciativas emprendedoras.

La Cátedra de Emprendedores fomenta y apoya la cultura emprendedora, impulsa iniciativas innovadoras que pongan al servicio de la sociedad y de la provincia de Cádiz la capacidad del conocimiento universitario para generar valor. Ofrece su colaboración a los agentes sociales, con responsabilidad en el desarrollo económico y social, para crear más y mejores empresas basadas en el conocimiento científico, tecnológico, humanístico, social y cultural. Sus líneas estratégicas de actuación son:

- A) Fomentar la aparición de ideas y oportunidades de negocio en la universidad.
- B) Asesoramiento básico, orientación y acceso a recursos financieros, técnicos y relacionales.
- C) Capacitación técnica y empresarial del emprendedor.
- D) Asesoramiento básico, orientación y acceso a recursos financieros, técnicos y relacionales.
- E) Estudio del proceso para la planificación y la toma de decisiones.

La Cátedra de Emprendedores ha impulsado la creación de empresas y proyectos innovadores, así como la consolidación y crecimiento de las pequeñas y medianas empresas de su entorno. Su actividad se organiza mediante un método de tres etapas:

- A) Querer emprender. El fomento de la actividad emprendedora. Desarrollo de la actividad creativa, liderazgo y trabajo en equipo.
- B) Saber emprender. Desarrollando acciones de formación.
- C) Poder emprender. Es preciso actuar, conseguir recursos y pasar a la acción creando empresas y proyectos innovadores.

j) Oficina Verde

La Oficina Verde es una unidad propia de la Universidad de Cádiz. Se creó durante el curso 2004-05 con el objetivo de mejorar el funcionamiento de la UCA hacia un modelo de Universidad más sostenible. Desde su creación la Oficina Verde ha tenido tres áreas de actuación: Gestión Ambiental, Voluntariado Ambiental y Educación Ambiental.

k) Comedores Universitarios

En el Campus de Cádiz existen, además del comedor universitario de la Facultad de Ciencias Económicas y Empresariales, las siguientes cafeterías con servicio de comedor universitario: Cafetería de la Facultad de Filosofía y Letras, Cafetería de la Facultad de Ciencias del Trabajo y la Cafetería del Aulario la Bomba.

l) Oficina del Defensor Universitario

El Defensor Universitario es el órgano definido por la LOU, comisionado por el Claustro Universitario para la defensa y protección de los derechos y libertades de los miembros de la comunidad universitaria, siendo su finalidad fundamental la contribución a la mejora de la calidad y el buen funcionamiento de la Universidad de Cádiz.

m) Oficina de Transferencia de Resultados de Investigación (OTRI),

Esta es una Unidad integrada en el Vicerrectorado de Investigación, Desarrollo Tecnológico e Innovación, cuyo objetivo principal es la gestión, difusión y puesta en valor los resultados de la investigación de nuestra Universidad.

7.1.4. Criterios de accesibilidad y diseño para todos.

En la Universidad de Cádiz se ha realizado un esfuerzo importante en los últimos años por alcanzar niveles de accesibilidad por encima de lo marcado en la Ley 51/2003, de 2 de diciembre, de igualdad de oportunidades, no discriminación y accesibilidad universal de las personas con discapacidad.

En la Facultad de Ciencias Económicas y Empresariales, el acceso al Centro está adaptado, así como los espacios docentes y servicios para cumplir con la normativa. En estos momentos es posible afirmar que los medios materiales y servicios disponibles en la universidad de Cádiz y en la Facultad de Ciencias Económicas y Empresariales observan los criterios de accesibilidad universal y diseño para todos.

8. Resultados previstos.

8.1. Estimación de valores cuantitativos.

Conforme a lo establecido en la Guía de Apoyo para la Elaboración de la Memoria de Verificación de Títulos Universitario Oficiales en su apartado 8, los indicadores propuestos y sus valores cuantitativos estimados, se establecerán de la siguiente forma:

Tasa de graduación: “porcentaje de estudiantes matriculados por primera vez en el curso académico y que finalizan la enseñanza en el tiempo previsto en el plan de estudios (1 año académico).”

Tasa de abandono: “relación porcentual entre el número total de estudiantes de una cohorte de nuevo ingreso que debieron obtener el título el año académico anterior y que no se han matriculado ni en ese año académico ni en el posterior”

Tasa de eficiencia: “relación porcentual entre el número total de créditos del plan de estudios a los que se debieron haber matriculado a lo largo de sus estudios el conjunto de graduados en un determinado año académico y el número total de créditos en los que realmente en los que realmente se han matriculado”

Tasa de éxito: “relación porcentual entre el número total de créditos ECTS superados (excluidos adaptados, convalidados y reconocidos) por el alumnado de un estudio y el número total de créditos ordinarios matriculados por los mismos”

Puesto que la memoria del Máster en Dirección de Proyectos Innovadores y Emprendimiento expone un Master nuevo, no se dispone de datos que permitan conocer las tasas de graduación, abandono, eficiencia y éxito anteriormente referenciadas. No obstante, nos parece oportuno incluir en este apartado los valores históricos que los anteriores indicadores han tomado en los últimos años para los alumnos del Máster Universitario en Administración de Empresas, según datos suministrados por la Unidad de Calidad y publicados en la página web de la Universidad de Cádiz, y que se muestran en la siguiente tabla. Estos indicadores nos sirven de referencia por dos motivos. Primero, porque se trata de un máster que pertenece a la misma rama de conocimiento. Segundo, porque es un máster que también ha sido ofertado por la Universidad de Cádiz y los datos podrían ser similares.

Tabla 8.1. Valores históricos de los indicadores para el Máster en Administración de Empresas

CURSO	TASA GRADUACIÓN	TASA ABANDONO	TASA EFICIENCIA	TASA DE ÉXITO
2008/2009	94,5%	0%	100%	100%

CURSO	TASA GRADUACIÓN	TASA ABANDONO	TASA EFICIENCIA	TASA DE ÉXITO
2009/2010	84.9%	8,4%	100%	98,1
2010/2011	97,2%	2,8%	100%	99,3%
2011/2012				

Fuente: Sistema de Información de la UCA

Así mismo, nos parece oportuno introducir en este apartado los datos históricos relativos a estas variables y producidos en el Máster en Dirección de Recursos Humanos, perteneciente a la misma rama de conocimiento, y que pudiera ser referente, ya que este Máster también tiene doble un perfil profesional e investigador, y tiene por objeto también una formación directiva y profesional.

Tabla 8.2. Valores históricos de los indicadores para el Máster en Dirección de Recursos Humanos

CURSO	Nº MAGRICULADOS	TASA GRADUACIÓN	TASA ABANDONO	TASA EFICIENCIA	TASA DE ÉXITO
2008/2009	17	100%	0%	100%	100%
2009/2010	29	96,55%	0%	100%	100%
2010/2011	29	96,55%	0%	100%	100%
2011/2012	32	--	--	--	--

Fuente: Sistema de Información de la UCA

Puesto que el curso 2013/2014 sería el primero para la implantación del Máster Universitario en Dirección de Proyectos Innovadores y Emprendimiento, podemos realizar previsiones de su demanda potencial y esperar, de acuerdo con la experiencia previa de la Facultad y de la trayectoria de su profesorado en la impartición de formación de esta índole, que las tasas de eficiencia y éxito deseadas alcancen el 100%, previendo, igualmente anular la tasa de abandono. Las tasas previstas quedarían recogidas en la siguiente tabla.

Tabla 8.3. Previsiones de los indicadores para el curso 2013/2014

	Nº PETICIONES	Nº MATRICULADOS	TASA GRADUACIÓN	TASA ABANDONO	TASA EFICIENCIA	TASA DE ÉXITO
Objetivo previsto Curso 2013/2014	>100	30	>95%	0%	100%	100%

Estas previsiones se harán efectivas siempre y cuando las tasas de matriculación en este título se mantengan en el intervalo de los actuales Másteres ofertados, ya que una subida desproporcionada de las mismas harían disminuir notablemente nuestras previsiones.

El Máster Universitario en Dirección de Proyectos Innovadores y Emprendimiento por la Universidad de Cádiz dispone dentro del SGIC de un procedimiento para definir, anualmente, la política de calidad y los objetivos asociados a la misma (*PE01.- Proceso de elaboración y revisión de política y objetivos de calidad*).

8.2. Justificación de las tasas de graduación, eficiencia y abandono, así como el resto de los indicadores definidos.

8.3. Procedimiento general para valorar el progreso y resultados de aprendizaje de los estudiantes.

La evaluación de las competencias generales implica la coordinación de todos los profesores en metodología y criterios de evaluación. Por ello, la Universidad de Cádiz ha optado por un procedimiento general para todas sus titulaciones, que se recoge en el SIGC, "*PC03. Proceso de evaluación de aprendizajes*". Con ello se intenta facilitar la coordinación y la evaluación de los aprendizajes y, especialmente, el nivel que alcanzan los alumnos en las competencias generales. Además se incluye en la presente memoria un procedimiento para valorar el progreso y aprendizaje de los alumnos. Concretamente, cada uno de los cursos establece en su ficha correspondiente los criterios de evaluación e instrumentos que el profesorado utilizará no sólo para evaluar al alumno, sino para evaluar el grado de adquisición de competencias y su progreso. Además de estos procedimientos específicos, existen otros más generales y que hacen referencia a:

- 1) Los agentes que realizarán la evaluación. Para la evaluación global del progreso del alumno existen dos procedimientos, en virtud del perfil elegido por el alumno. En caso de que el perfil sea

profesional, un tribunal diseñado a tal efecto valorará este progreso a partir de un trabajo fin de Máster que consistirá en un trabajo de aplicación. Para el caso del perfil investigador, se diseñará otro tribunal, de perfil diferente al anterior, formado por doctores, que evaluarán el trabajo de investigación del alumno. Para la evaluación específica, el responsable de cada curso coordinará con los responsables de cada módulo la evaluación del grado de aprendizaje y progreso del alumno en su materia en cuestión.

2) Los métodos a utilizar para evaluar dichas competencias. Para el caso de la evaluación global serán los trabajos fin de Máster, ya sean en su caso trabajo de aplicación o trabajo de investigación. Para la evaluación particular, cada coordinador, según la materia decidirá los métodos más oportunos y relevantes.

3) Los momentos temporales en los que se utilizarán los anteriores métodos. La evaluación global del alumno se realizará finalizados los contenidos teóricos y prácticos del Máster. Durante el mes de octubre los alumnos expondrán a los tribunales habilitados a tal efecto la aplicación de los conocimientos adquiridos en el Máster y el desarrollo de sus competencias a través de los correspondientes trabajos. En cuanto a la evaluación particular, durante el desarrollo del Máster, y al finalizar cada curso, los coordinadores de módulo evaluarán el progreso del alumno y sus resultados de aprendizaje de acuerdo con los sistemas de evaluación establecidos en las fichas académicas correspondientes.

4) La difusión de dichos resultados, con el propósito último de retroalimentar y mejorar el Título. Los resultados de la evaluación global se publicarán el día siguiente al de la constitución de los tribunales y formarán parte del acta del alumno. En cuanto a la evaluación concreta, cada uno de los cursos que realice el alumno dispondrá de un acta individualizada, donde se incluirán los resultados obtenidos. Completadas todas las actas, el coordinador del título se reunirá con los coordinadores de los cursos al objeto de evaluar las causas de dichos resultados y reflexionar sobre posibles medidas de mejora a implantar de cara a futuras ediciones del Máster.

9. Sistema de Garantía de Calidad del Título.

El Sistema de Garantía de Calidad que se inserta en la siguiente memoria (Anexo: SGIC-UCA) es el mismo que el presentado al programa AUDIT por la Escuela Universitaria de Enfermería de Algeciras y la Escuela Universitaria de Enfermería y Fisioterapia de Cádiz. El SGIC se presentó el 30 de abril de 2008 a la ANECA recibiendo la calificación positiva del diseño el 14 de noviembre de 2008.

URL: http://www.uca.es/web/servicios/eval_calidad/sgccont/index_sgc/view

9.1. Responsables del sistema de garantía de calidad del plan de estudios:

9.1.1. Organigrama en la UCA en relación con el control del SGIC-UCA.

En el Capítulo III del Manual del SGIC de la UCA se expone con todo detalle el organigrama de los órganos colegiados y personales que tienen alguna responsabilidad en los Sistemas de Garantía Internos de Calidad de las Titulaciones de la UCA.

Se distinguen tres grandes grupos de responsabilidades:

- Control del SGIC de la Universidad a nivel global
 - Consejo de Calidad
 - Comisión Ejecutiva del SGIC de la UCA
 - Vicerrector de Planificación y Calidad con competencias en materia de calidad y Unidad de Evaluación y Calidad
- Control del SGIC de la Universidad a nivel de Centro
 - Equipo de Dirección de Centro
 - Comisión de Garantía de Calidad (CGC)
- Control del SGIC de la Universidad a nivel de titulaciones
 - Coordinador del Máster
 - Grupos de Mejora

Consejo de Calidad de la UCA

La UCA, según indican sus Estatutos, asigna la máxima responsabilidad de los Sistemas de Calidad al Consejo de Calidad. El artículo 37 de los Estatutos indica:

1. El Consejo de Calidad de la Universidad de Cádiz es el órgano responsable de la planificación en materia de política de calidad, a la vista de las propuestas que elabore la Unidad Técnica de Evaluación.
2. El Consejo de Calidad estará compuesto por los miembros del Consejo de Dirección, a los que se

sumarán el Director, un miembro de la Unidad Técnica de Evaluación, tres miembros del Consejo Social, tres profesores, tres estudiantes y tres miembros del personal de administración y servicios. La designación de los profesores, estudiantes y PAS corresponde al Consejo de Gobierno, a propuesta del Rector. La designación de los miembros del Consejo Social se acordará por dicho órgano a propuesta de su Presidente.

La normativa reguladora del Consejo de Calidad de la UCA será aprobada por el Consejo de Gobierno de la UCA. En ella se podrá contemplar la existencia de una Comisión Delegada que asuma el seguimiento de los acuerdos adoptados.

La aprobación de nuevos procesos o revisiones de los existentes por el Consejo de Calidad de la UCA requerirá el informe previo favorable del Consejo de Gobierno.

Los procesos específicos para uno o varios Centros deberán ser aprobados por las Juntas de Centros antes de remitirse al Consejo de Calidad de la UCA para su aprobación final. Previamente a la remisión al Consejo de Calidad de la UCA será preceptivo un informe de la Unidad de Evaluación y Calidad en el que se indique su viabilidad y adecuación al SGIC-UCA. El informe de la Unidad de Evaluación y Calidad podrá ser requerido por los Centros previamente al debate en las Juntas de Centros implicadas.

Comisión Ejecutiva del Sistema de Garantía de Calidad de la UCA.

Transitoriamente y mientras que el Consejo de Calidad de la UCA no esté constituido, se asumirá el acuerdo de 01/02/08 de Consejo de Gobierno (BOUCA nº 72, de 15/02/08) por el que se creó la Comisión Ejecutiva del Sistema de Garantía de Calidad de la UCA. Cuando se constituya el Consejo de Calidad de la UCA y en su primera sesión se revisará las funciones, composición y la propia existencia de esta Comisión que, en todo caso, de existir, quedará delimitada en la normativa reguladora a la que se hace referencia en el epígrafe anterior.

Transitoriamente y siguiendo el acuerdo vigente, la Comisión Ejecutiva del Sistema de Garantía de Calidad de la UCA asume las siguientes funciones:

- Aprobar los procesos que se desarrollen dentro del o de los SGIC-UCA.
- Aprobar la definición de los indicadores.
- Dar el VºBº a los objetivos que se marquen para los indicadores de resultados de los procesos.
- Dar el VºBº a los planes de mejora derivados de los procesos de evaluación institucional.

La Comisión Ejecutiva del Sistema de Garantía de Calidad de la UCA, durante este período transitorio, asumirá la responsabilidad del mantenimiento general del Sistema así como de su gestión administrativa, conservación, organización y difusión de las evidencias y registros generados por cada una de las titulaciones y/o Centros.

Todos los acuerdos que tome la Comisión serán elevados al Consejo de Calidad de la UCA para su refrendo.

La Comisión Ejecutiva de Garantía de Calidad de la UCA, estará formada por:

- Rector (Presidente).
- Vicerrector/a con competencias en materia de Calidad.
- Vicerrector/a con competencias en materia de Tecnologías de la Información.
- Gerente.
- Inspector/a General de Servicios.
- Director/a de la Unidad de Evaluación y Calidad (Secretario/a Comisión).
- El Presidente de la Comisión podrá invitar a las sesiones de la misma a todos aquellos asesores que se estime necesario en todos aquellos asuntos que por su especificidad así lo requiera.

En las reuniones de la Comisión en las que se traten asuntos relacionados con el SGIC, el presidente de la Comisión invitará a:

- Un representante del PDI, elegido entre los de este estamento en las distintas Comisiones de Garantía de Calidad de los Centros.
- Un representante de los estudiantes, elegido entre los de este estamento en las distintas Comisiones de Garantía de Calidad de los Centros.
- Un representante del PAS, elegido entre los de este estamento en las distintas Comisiones de Garantía de Calidad de los Centros.
- Vicerrector con competencias en materia de Calidad y Unidad de Evaluación y Calidad.

La Resolución del Rector UCA/REC51/2007, de 1 de junio de 2007, delimita la estructura y funciones de la Gerencia, Secretaría General, Vicerrectorados y Direcciones Generales directamente dependientes del Rector. En su artículo quinto asigna al Vicerrectorado con competencias en materia de Calidad las siguientes funciones:

- El diseño y la implantación de sistemas de garantía de calidad de las titulaciones que ayuden a mejorarlas continuamente y que den respuesta a los requisitos a los que obliga la acreditación.
- El establecimiento de mecanismos de mejora de los sistemas de información de apoyo a la gestión académica, investigadora y administrativa.
- Los mapas de procesos, en colaboración con la Gerencia y los Vicerrectorados.
- Los contratos programa e indicadores de actividad.
- Los sistemas de información de la Universidad de Cádiz.

Según los Estatutos de la UCA (artículo 38 apartados c y d) corresponde a la unidad con competencias en materia de evaluación y calidad:

- La vigilancia y valoración técnica de los datos que puedan servir de referentes sobre el estado y tendencias de evolución de la docencia, la investigación y los servicios universitarios, así como sobre el funcionamiento de las unidades y procesos administrativos.
- El análisis y seguimiento de la evolución de los indicadores de la Universidad de Cádiz en diferentes escenarios.

En cada momento el Vicerrector con competencias en los SIGC asumirá la responsabilidad de supervisar el Sistema, bajo el control y directrices del Consejo de Calidad de la UCA.

La gestión administrativa y técnica del Sistema de Garantía Interna de Calidad corresponderá a la

unidad con competencias en materia de evaluación y calidad. Previamente a la aprobación de los procesos, indicadores, objetivos y planes de mejora, esta unidad deberá elaborar un informe técnico. Para la realización de estos informes y el seguimiento técnico del conjunto del SGIC-UCA, podrá recurrir a expertos tanto internos como externos.

Para implementar y mantener las aplicaciones informáticas que dan soporte al SGIC, se contará con un equipo de desarrollo bajo las directrices del Vicerrector con competencias en materia de Tecnologías de la Información, quien coordinará con el Área de Informática el desarrollo e implantación de las mismas. Este Vicerrector designará un responsable de la dirección del soporte informático del SGIC-UCA que asumirá la necesaria coordinación con la unidad de calidad y la dirección del personal de apoyo para la implantación del SGIC-UCA.

Las Comisiones de Garantía de Calidad de los Centros remitirán anualmente a la unidad competente un informe con las incidencias que pudieran detectarse y las propuestas de mejora en el SGIC de la UCA. Este informe deberá contar con el VºBº de la Junta de Centro.

Los “Informes de incidencias y propuestas de mejora en el SGIC” serán completados por un informe técnico, realizado por la unidad de calidad. El conjunto de informes se remitirán al Consejo de Calidad de la UCA que los revisará y después de su valoración aprobará las propuestas de mejora y emitirá las recomendaciones que estime oportunas.

El Consejo de Calidad de la UCA controlará directamente el proceso (*PA09-Proceso de Auditoría y planes de mejora*). Este proceso será gestionado, con total independencia, por la Inspección General de Servicios. Al menos una vez al año, esta unidad emitirá un informe sobre el estado del SGIC y su documentación.

Decano/a - Equipo de Dirección.

Al Equipo de Dirección (ED) del Centro y en particular al Decano/a, como principal responsable de las titulaciones que se imparten en el Centro, le corresponde la implantación, revisión y propuestas de mejora del SGIC del Centro, auxiliado por la Comisión de Garantía de Calidad del Centro.

Los artículos 69 y 72 de los Estatutos de la UCA establecen las competencias de las Juntas de Centros y las de sus Decanos/Directores en relación con las titulaciones que se imparten en los mismos. Con arreglo a ello se asumirán las responsabilidades que correspondan en el establecimiento de la propuesta de Política y Objetivos de Calidad del Centro. Corresponderá al Decano/Director del Centro realizar la propuesta para el nombramiento de los Coordinadores de Máster, promover la creación de equipos de mejora para atender a los resultados de las revisiones y evaluaciones realizadas y liderar en todo momento las actuaciones correspondientes al SGIC de los másteres que se imparten en el Centro.

Para que la Política y Objetivos de Calidad del Centro, en el marco de la Política y Objetivos de Calidad de la UCA, alcance la difusión y ejecución necesarias, el Decano/a, la Comisión de Garantía de Calidad del Centro (CGC) y la Junta de Centro asumirán sus respectivas responsabilidades en dicho proceso.

El Decano/a del Centro asegurará la gestión de los recursos de equipamiento e infraestructuras puestos a su disposición para que se cumplan los objetivos previstos en los másteres del Centro. Los recursos no disponibles y necesarios serán comunicados al Consejo de Dirección de la Universidad conjuntamente

con un informe sobre las consecuencias que pudiera tener para alcanzar los objetivos previstos para los títulos al objeto de que se puedan tomar las acciones de mejora que sean convenientes.

Coordinador/a de Máster (CT).

Un papel singular adquiere la figura del “Coordinador/a de Máster”, para ayudar al Decano/Director en las tareas correspondientes a la implantación, revisión y propuestas de mejora del SGIC del Centro.

De acuerdo con la actual normativa, El Rector, a propuesta del Decano/a nombrará un Coordinador/a de Máster para cada titulación que se imparta en el Centro.

El Coordinador/a de Máster asumirá las competencias de la coordinación y gestión académica del título, así como otras que le puedan ser asignadas por delegación del Decano/a.

Con independencia de las responsabilidades que se le indiquen en el correspondiente nombramiento, en la documentación de los procesos o que le sean asignadas posteriormente por el Decano/a del Centro, el Coordinador/a de Máster, tiene las siguientes responsabilidades en materia de implantación del SGIC:

- Asegurarse de que se establecen, implantan y mantienen los procesos necesarios para el desarrollo del SGIC en el máster que coordina.
- Informar a la Comisión de Garantía de Calidad sobre el desempeño del SGIC y de cualquier necesidad de mejora.
- Asegurarse de que se promueve el cumplimiento de los requisitos de los grupos de interés a todos los niveles relacionados con el máster.

Comisión de Garantía de Calidad (CGC).

La Comisión de Garantía de Calidad del Centro (CGC) es el órgano de evaluación y control de la calidad de las titulaciones que se imparten en el Centro y, en tal sentido, su labor servirá como apoyo a la Dirección del Centro para la gestión de los másteres que son responsabilidad directa del Centro. Asesorará a la Dirección del Centro en todas aquellas medidas que afectan al aseguramiento de la calidad de estas titulaciones.

Se opta por una CGC por Centro al objeto de facilitar la coordinación y aprovechar las sinergias existentes entre titulaciones, pudiendo cada Centro establecer, si lo estima conveniente su Junta de Centro a propuesta del Decano/a, “Subcomisiones de Garantía de Calidad” por Titulación, a fin de facilitar el trabajo de la CGC.

La CGC del Centro se asimila a la figura que contempla el artículo 158 de los Estatutos de la UCA

apartado 4: “Asimismo, en las Facultades y Escuelas se crearán comisiones encargadas de la evaluación de los planes de estudios y de proponer, en su caso, la actualización de éstos para garantizar su adecuación a las demandas sociales”.

La Comisión de Garantía de Calidad de la Facultad de Ciencias Económicas y Empresariales tiene la siguiente composición:

- Decano/a, que actuará en cualquier caso como Presidente de la Comisión
- Los Coordinadores de Titulaciones de Grado y Posgrado de la Facultad
- Dos representantes de profesores y un alumno por cada titulación de Grado
- Un representante de profesores y un alumno por cada titulación de Posgrado
- Un miembro del PAS relacionado del Centro
- El Secretario/a será elegido por la Comisión a propuesta de su Presidente.

La Comisión de Garantía de Calidad se renovará coincidiendo con las renovaciones de las Juntas de Centro. Anualmente la dirección del Centro deberá iniciar, en caso necesario, los procesos electorales necesarios para cubrir las vacantes que pudieran existir en la CGC.

La Comisión de Garantía de la Calidad del Centro asumirá como tarea principal las tareas de planificación y seguimiento del SGIC, actuando además como uno de los vehículos de comunicación interna de la política, objetivos, planes, programas, responsabilidades y logros de este sistema. Dichas tareas se encomiendan y ejecutan de manera que en ningún momento entren en contradicción con las competencias que los Estatutos de la UCA asignan a Juntas de Centro, Decanos y Directores de Centros, Consejos de Departamentos y Directores de Departamentos.

Se aporta una enumeración no exhaustiva de sus posibles funciones, ya que éstas se indican en la documentación de cada proceso:

- Verifica la planificación del SGIC del Centro, de modo que se asegure el cumplimiento de los requisitos generales del Manual del SGIC, de la Política y los Objetivos de la Calidad y de los requisitos contemplados en las guías de verificación y certificación correspondientes.
- Publicita, mediante los cauces adecuados, la Política y Objetivos de la Calidad del Centro, así como los resultados de la evaluación periódica de los mismos.
- Recibe y, en su caso, coordina la formulación de los objetivos anuales y realiza el seguimiento de su ejecución.
- Realiza el seguimiento de la eficacia de los procesos a través de los indicadores asociados a los mismos.
- Controla la ejecución de las acciones derivadas de la revisión del sistema, de las acciones de respuesta a las sugerencias, quejas y reclamaciones y, en general, de cualquier proyecto o proceso que no tenga asignado específicamente un responsable para su seguimiento.
- Emite, al menos una vez al año, un informe sobre el desarrollo de las Titulaciones, así como sobre los distintos elementos que intervienen en que aquellas tengan calidad contrastada, junto con propuestas de mejora en su caso. Este informe lo eleva al Decano/a para que, haciendo uso de los cauces pertinentes y procedimientos adecuados, se adopten las medidas correctoras que

procedan.

- Estudia y, en su caso, propone a los órganos que correspondan la aprobación de la implantación de las propuestas de mejora del SGIC sugeridas por los restantes miembros del Centro.
- Decide la periodicidad y la duración, dentro de su ámbito de competencia, de las campañas de recogida de encuestas de medida de la satisfacción de los grupos de interés relacionados con las titulaciones del Centro, en coordinación con la unidad responsable de tales procesos en la Universidad.
- Es informada, por los Coordinadores de Titulación, de los resultados de las encuestas de satisfacción relativas a todos los grupos de interés relacionados con los títulos del Centro y propone criterios para la consideración de las propuestas de mejora que puedan derivarse de esos resultados

Se reunirá, al menos, dos veces al año, una para la planificación del curso y otra para la revisión de los resultados alcanzados, tras ser convocada por su Secretario/a por orden del Presidente. De las sesiones, el Secretario/a levantará acta que enviará a todos los componentes de la CGC, que dispondrán de una semana para proponer correcciones, en caso contrario se considerará aprobada y se difundirá de modo que esté disponible para toda la comunidad universitaria perteneciente al mismo.

Grupos de mejora

La Comisión de Garantía de Calidad, bien por propia iniciativa o a propuesta de su Presidente, propondrá la creación de grupos o equipos de mejora, para atender a la resolución de áreas de mejora previamente identificadas como consecuencia de algunos de los procesos de evaluación o como consecuencia de sugerencias, quejas o reclamaciones planteadas desde algunos de los grupos de interés.

9.2. Procedimientos de evaluación y mejora de la calidad de la enseñanza y el profesorado.

9.2.1. Recogida y análisis de información sobre la calidad de la enseñanza:

La recogida y análisis de la información sobre la calidad de la enseñanza de los títulos de master se realiza en la UCA a través de un procedimiento del SGIC específicamente diseñado para ello (PM02 - Proceso para el análisis y medición de resultados). Mediante este procedimiento se analizan la idoneidad de los indicadores y de los procesos de obtención de los mismos que se utilizan para el análisis de los resultados de la titulación. Igualmente se sistematiza la realización anual por parte de la Comisión de Garantía de Calidad de un informe global de la titulación centrada en los resultados obtenidos.

9.2.2. Recogida y análisis de información sobre los resultados de aprendizaje:

En este caso, resulta de aplicación el procedimiento “PC03 - Proceso de evaluación de los aprendizajes”

mediante el cual se sistematiza la recogida y análisis de información sobre los resultados de aprendizaje. Éste se complementa con el procedimiento *“PE05 – Proceso para garantizar la calidad de los programas formativos”*, que facilita un análisis global de la titulación a partir de toda la información disponible sobre la titulación, sistematizando la revisión y mejora de la titulación mediante la toma de decisiones y la puesta en marcha de acciones de mejora.

9.2.3. Recogida y análisis de información sobre el profesorado:

En todas las titulaciones de la UCA, la satisfacción de los alumnos con la actividad académica de los profesores se analiza a través de una encuesta. En el caso de los másteres, es el/la coordinador/a de titulación quien se encarga de diseñar y suministrar esta encuesta.

En cuanto a la evaluación y mejora del profesorado, la Universidad de Cádiz ha colaborado con el resto de las universidades andaluzas en la puesta en marcha de un procedimiento de evaluación hacia la mejora de la actividad académica del profesorado en base a la propuesta DOCENTIA, realizada por la ANECA y otras agencias Autonómicas. Esta propuesta generaliza la evaluación del profesorado de la UCA, sobre la base de parámetros objetivos y un proceso de evaluación por pares.

Con carácter complementario al programa DOCENTIA se establece dentro del SGIC un procedimiento diseñado en la línea de los objetivos marcados en este sentido por el RD 1393/2007, así como por las directrices de (*“PA03 - Proceso de evaluación, promoción, incentivos del PDI”*).

9.3. Procedimiento para garantizar la calidad de las prácticas externas y los programas de movilidad.

9.3.1. Procedimientos para el control y revisión de las prácticas externas asociadas a la titulación.

Las prácticas externas asociadas a este título de master tienen como objetivo principal el acercamiento de los alumnos a la realidad práctica de su ámbito de estudio. Estas prácticas, tal y como se establece en esta memoria, están integradas en el título pero con carácter optativo. La metodología, gestión y evaluación de las mismas están recogidas en el proceso *“PC06 - Proceso de gestión y revisión de las prácticas externas integradas en el Título”*, del SGIC de la UCA. En el mismo, se establecen las herramientas para la recogida de información de la satisfacción de las prácticas externas, así como el procedimiento para el análisis de la información y realización de las propuestas de mejora correspondientes.

9.3.2. Procedimientos para el control y revisión de la movilidad de estudiantes en la titulación.

Los programas de movilidad de los estudiantes están recogidos en dos procedimientos del SGIC: *“PC04 - Proceso de gestión movilidad estudiantes salientes”* y *“PC05 - Proceso de gestión de movilidad de*

estudiantes recibidos”. En ellos también se plantean las herramientas para la recogida de información de la satisfacción de alumnos y tutores, y se explicitan las responsabilidades en el análisis de los datos y elaboración de las propuestas de mejora correspondientes.

9.4. Procedimientos de análisis de la inserción laboral de los graduados y de la satisfacción con la formación recibida.

La Universidad de Cádiz desde la Unidad de Calidad ya lleva varios años con un programa general, para todas las titulaciones de la UCA, con el objeto de conocer

La satisfacción y el grado de inserción laboral de los egresados se analiza en la UCA a través de un programa general implantado por la Unidad de Calidad. La herramienta básica de este procedimiento es la encuesta “PM02 - Proceso para el análisis y medición de resultados”, que se remite a la población completa de graduados de las titulaciones de la UCA, con el objetivo de disponer de una muestra que permita extraer conclusiones estadísticamente significativas. El sondeo se realiza a los tres años de terminar la titulación, preguntándose por la primera inserción (un año), así como por la inserción laboral a los tres años. A los cinco años de terminar la titulación se realiza un sondeo exploratorio para realizar el seguimiento de la inserción laboral a largo plazo. Tanto las encuestas como el procedimiento están coordinados con un amplio número de universidades, dentro de los foros de debate en los que, sobre este tema, participan los distintos Vicerrectorados y Unidades de Calidad con la ANECA y resto de agencias autonómicas. La información obtenida en cuanto a satisfacción e inserción laboral de los egresados es difundida a todos los grupos de interés en las titulaciones y especialmente a las CGC que las analizan siguiendo los procedimientos “PM02 - Proceso para el análisis y medición de resultados” y “PE05 - Proceso para garantizar la calidad de los programas formativos”.

9.5 Procedimiento para el análisis de la satisfacción de los distintos colectivos implicados

(estudiantes, personal académico y de administración y servicios, etc.) y de atención a la sugerencias y reclamaciones. Criterios específicos en el caso de extinción del título.

9.5.1. Procedimientos de recogida y análisis de información sobre la satisfacción.

El SGIC de la UCA define procedimientos para la recogida y el análisis de la información sobre la satisfacción de los colectivos implicados en el Título. En los procedimientos asociados se especifica el modo en que utilizarán esa información en la revisión y mejora del desarrollo del plan de estudios. Todas estas herramientas están recogidas en la URL del SIGC:

http://www.uca.es/web/servicios/eval_calidad/sgccont/index_sgc/view

9.5.2. Procedimientos sobre las sugerencias y reclamaciones.

La Universidad de Cádiz recoge y responde a las sugerencias y reclamaciones acerca de los títulos a través de un procedimiento general para todos los Centros y Servicios. Este procedimiento contempla como entradas no sólo las quejas y reclamaciones de los alumnos, sino también sugerencias, felicitaciones y otras incidencias de carácter docente.

Este proceso está incluido en el procedimiento “PA02 - Proceso de gestión y revisión incidencias, reclamaciones y felicitaciones (BAU)”.

Las entradas de alumnos o resto de usuarios de los servicios de la UCA se realizan mediante un portal común para toda la UCA, pero en el mismo, y mediante un programa propio, se direcciona la entrada hacia los distintos responsables de los Servicios, Departamentos o Centros. Estos responsables son los que realizan las respuestas pertinentes. Todo el movimiento del “Buzón de Atención al Usuario – BAU” está controlado administrativamente por la Unidad de Calidad, que tiene la obligación de que se dé contestación a los reclamantes en tiempo y forma.

Es el Defensor Universitario el que, en última instancia, vigila el normal funcionamiento del buzón, y supervisa el trabajo de la Unidad de Calidad. Toda la información recogida queda registrada en una base de datos que es analizada, según marca el proceso, por la Comisión de Garantía de Calidad.

9.5.3. Procedimiento de información pública:

El procedimiento “PC08 - Proceso de información pública”, recogido en el SGIC indica la responsabilidad de la información que el máster debe publicar y hacer llegar a todos los grupos de interés. Anualmente la Comisión de Garantía de Calidad debe elaborar el Plan de Información de la Titulación. En el mismo se recoge toda la información que es conveniente publicar, así como los medios y los plazos en los que debe hacerse.

9.6. Criterios específicos en caso de extinción del Título:

En caso de extinción del máster, se aplicaría lo dispuesto en el procedimiento “PE06 - Proceso de extinción de un título”. Este proceso garantiza a los estudiantes que ya hubiesen iniciado las correspondientes enseñanzas, un adecuado desarrollo efectivo de las mismas hasta su finalización.

9.7. Mecanismos para asegurar la transparencia y rendición de cuentas:

El SGIC de la UCA dispone de un procedimiento (*“PC08 – Proceso de Información Pública”*) específicamente diseñado para asegurar que cualquier agente interesado en el título tenga disponible toda la información generada acerca de aspectos como el plan de estudios, el perfil de ingreso, los resultados obtenidos, la inserción laboral de los graduados, o los niveles de satisfacción de los distintos colectivos implicados. Todos el SGIC está visado, además, por el procedimiento *“PA09 –Auditoría Interna”*, que garantiza la veracidad y la transparencia de la información suministrada.

10. Calendario de implantación.

10.1. Cronograma de implantación del título.

El Máster Universitario en Dirección de Proyectos Innovadores y Emprendimiento se impartiría, por primera vez, en el curso académico 2013/2014. Dado que el título se desarrolla en un único curso académico, quedaría completamente implantado en este período.

CURSO DE INICIO:	2013-2014
-------------------------	------------------

10.2. Justificación del cronograma de implantación.

Periodo de preparación para la planificación del Master.

10.3. Procedimiento de adaptación de los estudiantes de los estudios existentes al nuevo plan de estudios, en su caso.

No procede

10.4. Enseñanzas que se extinguen por la implantación del título propuesto.

Ninguna

ANEXO I: Cartas de agentes sociales apoyando el Master



Sr. D. Manuel Larrán Jorge
Decano de la Facultad de Ciencias Económicas
y Empresariales
Universidad de Cádiz
C/Glorieta Carlos Cano s/n
Cádiz 11002

El Puerto de Santa María, a 4 de diciembre de 2012

Asunto: Posgrado "Master en Proyectos innovadores y Creación de Empresas"

Estimado Decano:

Por la presente, le comunico el interés de la institución que represento con el proyecto de posgrado que esa facultad desea impulsar.

Por múltiples razones, considero que un posgrado de las características descritas por el Prof. José Ruiz Navarro, que nos ha hecho llegar una introducción al mismo, es de gran interés no sólo para CEEI Bahía de Cádiz sino para toda la sociedad gaditana.

Impulsar la creación de empresas y proyectos innovadores y el intraemprendimiento en las empresas existentes, es un objetivo que compartimos y apoyamos.

Por eso, ponemos a disposición de los profesores y alumnos del master las instalaciones y recursos de nuestras instalaciones. Creemos que el "Laboratorio de Creatividad" y los "Servicios de incubación" pueden ser de gran interés para desarrollar la impartición del master y para el proceso de maduración de los proyectos que surjan del mismo.

Puede contar con nuestra entusiasta colaboración.

Atentamente,



Miguel Sánchez-Cossío Benjumeda
Director-Gerente

Sr. D. Manuel Larrán Jorge
Decano de la Facultad de Ciencias Económicas y Empresariales
Universidad de Cádiz
C/Glorieta Carlos Cano s/n
Cádiz 11002

4 de diciembre de 2012

Asunto: Posgrado "Master en Proyectos Innovadores y Creación de Empresas"

Estimado Decano:

Le comunico el interés la Asociación de Jóvenes Empresarios de Cádiz al proyecto de posgrado que esa facultad desea poner en marcha el próximo curso.

Según información que nos ha hecho llegar el Prof. José Ruiz Navarro, consideramos que es una buena oportunidad para la provincia y par el colectivo empresarial que represento la puesta en marcha de dicho master.

Le deseo comunicar nuestra buena disposición a colaborar con el proyecto. Estamos dispuestos a participar activamente en los cursos y seminarios que se organicen y a divulgar entre nuestros asociados las actividades del mismo.

Atentamente,



José Andrés Santos Cordero



Sr. D. Manuel Larrán Jorge
Decano de la Facultad de Ciencias Económicas y Empresariales
Universidad de Cádiz
C/Glorieta Carlos Cano s/n
Cádiz 11002

4 de diciembre de 2012

Asunto: Posgrado "Master en Proyectos Innovadores y Creación de Empresas"

Estimado Decano:

La Confederación de Empresarios de la provincia de Cádiz desea transmitirte su interés por el proyecto de master que esa facultad desea poner en marcha el próximo curso.

Consideramos que la información que nos ha hecho llegar el Prof. José Ruiz Navarro es de gran valor y estamos convencidos de los efectos positivos que el proyecto tendrá para la provincia de Cádiz.

Desde su objetivo de promoción y defensa de los intereses empresariales y de fomento del espíritu empresarial, la CEC quiere mostrar mediante este escrito su disposición a colaborar con el proyecto de master, tanto a nivel divulgativo como participando, en la medida de nuestras posibilidades, con nuestros recursos y asociados en los talleres y seminarios que se acordaran.

Reiterándote nuestra favorable disposición y nuestro apoyo, recibe un cordial.



Javier Sánchez Rojas
Vicepresidente Ejecutivo
Secretario General

ANEXO II. ENCUESTA ON LINE

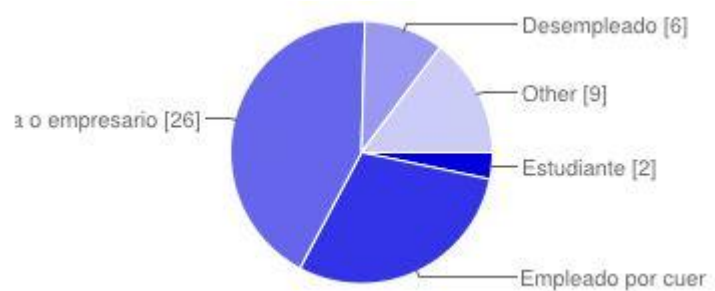
Realizada entre el 21 de noviembre y el 6 de diciembre de 2012

ENVIADA A 500 PERSONAS (principalmente empresarios de AJE y emprendedores de NO MORE SUITS)

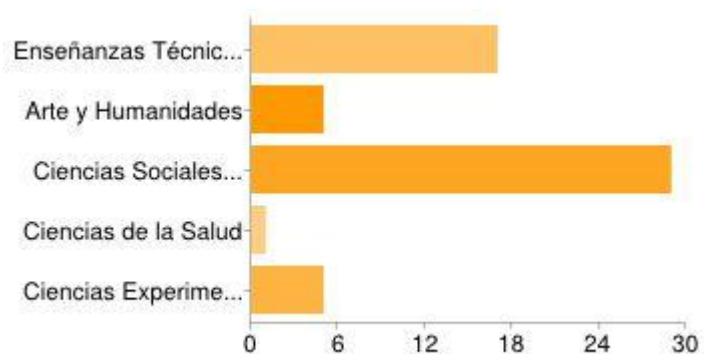
RESPUESTAS 61 CUESTIONARIOS VÁLIDOS

DATOS EN PORCENTAJES

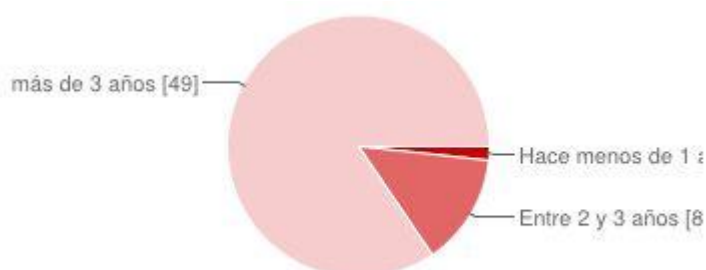
Situación actual



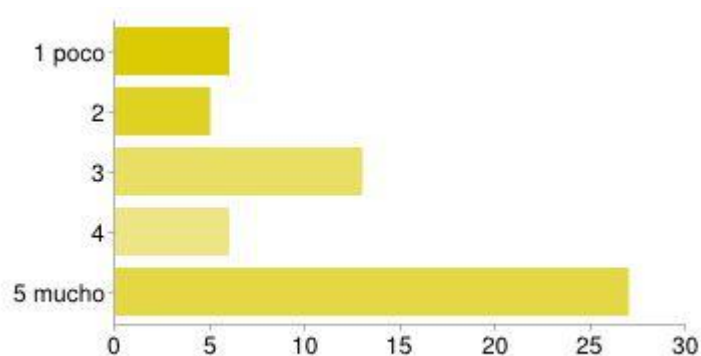
Estudios universitarios cursados



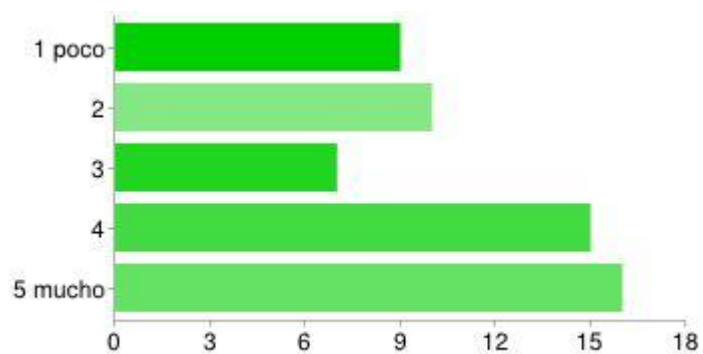
Terminé mis estudios universitarios



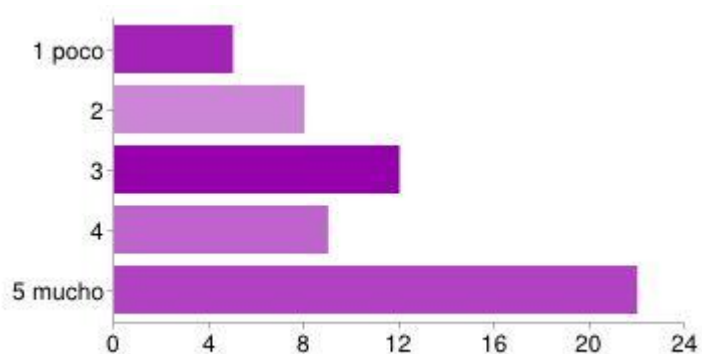
Grado de interés (1 poco a 5 mucho) que tengo en ampliar mi formación universitaria, con una orientación práctica: - Para iniciar e impulsar un proyecto innovador



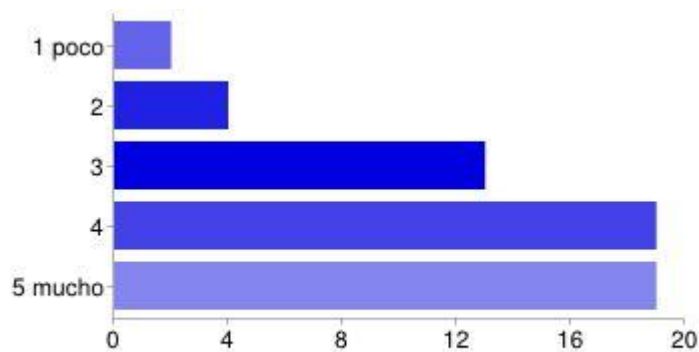
Grado de interés (1 poco a 5 mucho) que tengo en ampliar mi formación universitaria, con una orientación práctica: - Para crear una empresa (solo o con otros)



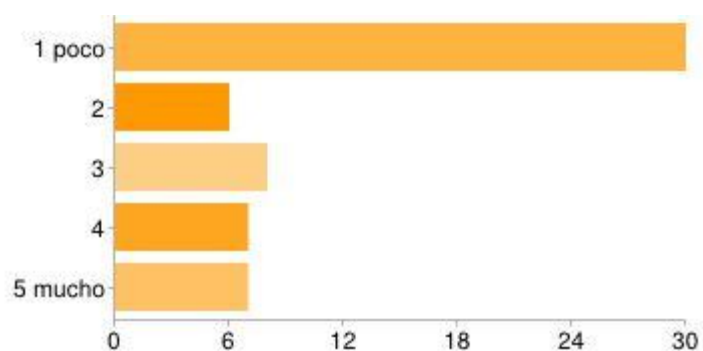
Grado de interés (1 poco a 5 mucho) que tengo en ampliar mi formación universitaria, con una orientación práctica: - Para desarrollar un proyecto de mejora en mi empresa



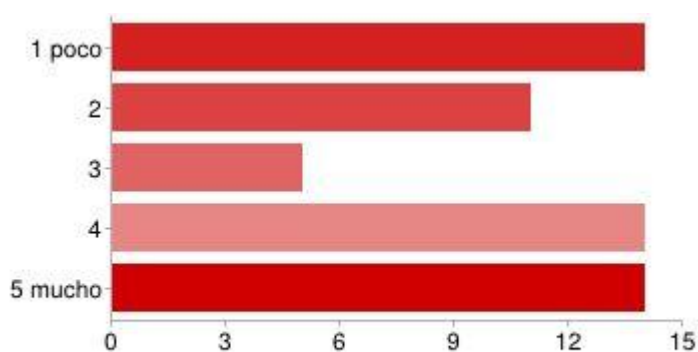
Grado de interés (1 poco a 5 mucho) que tengo en ampliar mi formación universitaria, con una orientación práctica: - Para dirigir proyectos innovadores (económicos, sociales o culturales)



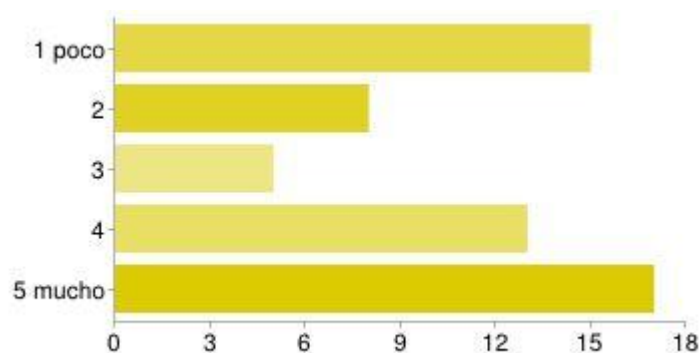
Grado de interés (1 poco a 5 mucho) que tengo en ampliar mi formación universitaria, con una orientación práctica: - Para renovar mi empresa familiar



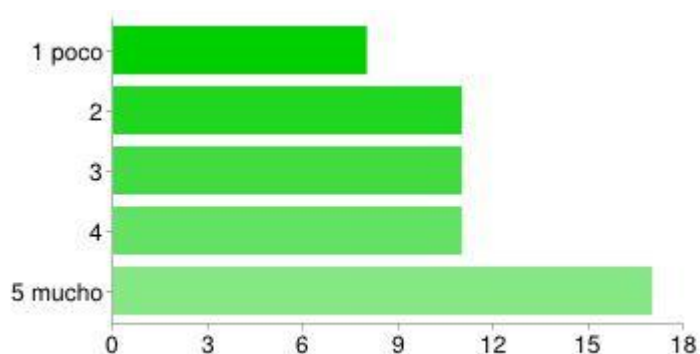
Grado de interés (1 poco a 5 mucho) que tengo en ampliar mi formación universitaria, con una orientación práctica: - Para desarrollar mi carrera como consultor de proyectos innovadores



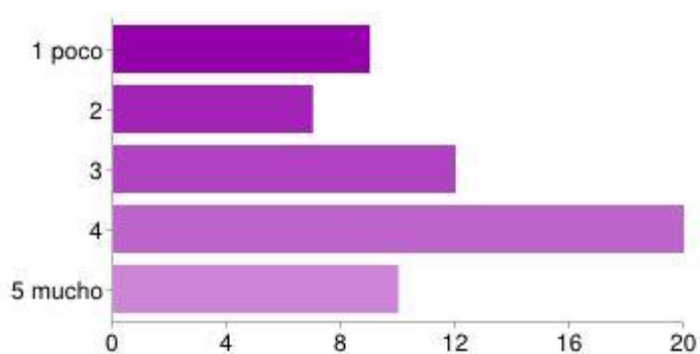
Grado de interés (1 poco a 5 mucho) que tengo en ampliar mi formación universitaria, con una orientación práctica: - Para desarrollar mi carrera como técnico asesor de proyectos emprendedores



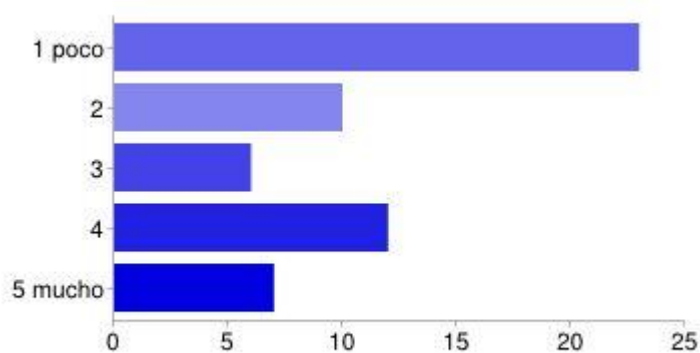
Grado de interés (1 poco a 5 mucho) que tengo en ampliar mi formación universitaria, con una orientación práctica: - Para desarrollar mi carrera como miembro de organizaciones que fomentan la actividad empresarial



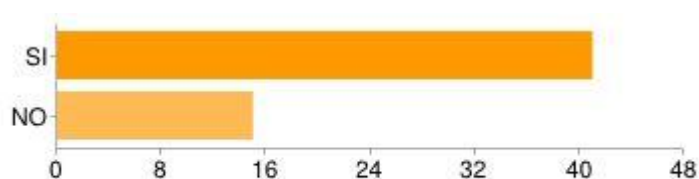
Grado de interés (1 poco a 5 mucho) que tengo en ampliar mi formación universitaria, con una orientación práctica: - Para desarrollar proyectos con fines sociales



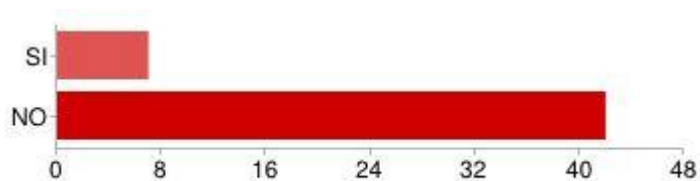
Grado de interés (1 poco a 5 mucho) que tengo en ampliar mi formación universitaria, con una orientación práctica: - Para realizar investigaciones o mi doctorado en temas de innovación y creación de empresas



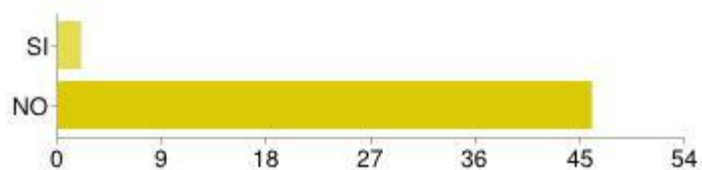
Estoy dispuesto a pagar una matrícula de: - Entre 2.500 y 3.000 €



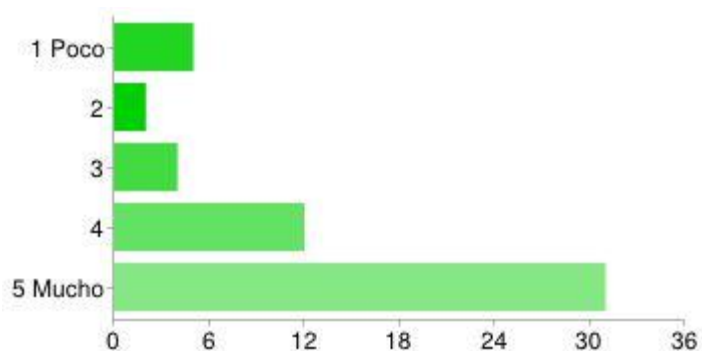
Estoy dispuesto a pagar una matrícula de: - Entre 3.000 y 6.000 €



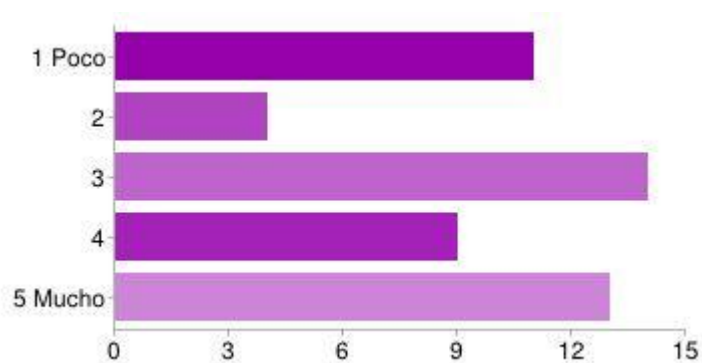
Estoy dispuesto a pagar una matrícula de: - Entre 6.000 y 7.000 €



Me interesa más obtener un TÍTULO: - Oficial de Posgrado (dentro del sistema de enseñanza universitaria de España):



Me interesa más obtener un TÍTULO: - Propio de la UCA (como experto en la materia):



ANEXO III. CARTA DE INTENCIONES UNIVERSIDAD LEUPHANA DE LÜNEBURG

Letter of Intent

Prof. Dr. Ursula Weisenfeld

Studiendekanin Master Management & Entrepreneurship

Leuphana University of Lüneburg

Certifies

That Leuphana University of Lüneburg wants to reach an agreement with Cadiz University that five students will be able to attend one semester at Universidad de Cádiz as part of the project "Master en Creacion de empresas e innovacion".

This agreement has been made in addition to our other existing cooperations.

[Lüneburg, November, 27, 2012]

[Signature; Stamp/Seal]

[Name and Position of Signer]


LEUPHANA
UNIVERSITÄT LÜNEBURG
Institut für Unternehmensentwicklung
Scharnhorststraße 1
21335 Lüneburg
www.leuphana.de