



Co-funded by the  
Erasmus+ Programme  
of the European Union

# Proyecto: Escuela Europea de emprendimiento

Project N° 2017-1-FR01-KA202-037256 - *Acción clave 2: Cooperación para la innovación y el intercambio de buenas prácticas*

Output intelectual O2: Creación de un  
europeo de formación



marco común

Socios del proyecto





## Indice

### Tabla de contenidos

<a href="#">Tabla de contenidos</a>	2
<a href="#">1. Introducción</a>	4
<a href="#">2. Grupo objetivo</a>	5
<a href="#">3. Descripción del Syllabus (plan de estudios)</a>	7
<a href="#">Contenido</a>	11
<a href="#">4. Metodología</a>	12
<a href="#">Evaluación</a>	13
<a href="#">5. Aprobación</a>	13
<a href="#">6. Descripción detallada del Syllabus:</a>	15
<a href="#">7. Curso 1: Emprendimiento</a>	15
<a href="#">8. Curso 2: Primeros pasos para iniciar una startup</a>	19
<a href="#">Acción 1: Validación de ideas</a>	19
<a href="#">Acción 2: Presentación del negocio de manera efectiva</a>	24
<a href="#">Acción 3: Business Model Canvas</a>	28
<a href="#">9. Curso 3: Oportunidades de financiación de la UE para empresas</a>	35
<a href="#">Acción 1: Cómo funciona la EU</a>	35
<a href="#">Acción 2: Oportunidades para las empresas en el marco europeo</a>	37
-	43
<a href="#">10. Curso 4: Ecosistema emprendedor</a>	43
<a href="#">Acción 1: Conocer el concepto de un ecosistema emprendedor</a>	44
<a href="#">Acción 2: El Mercado – Marketing</a>	45

<a href="#"><u>Acción 3: La cultura corporativa</u></a>	47
<a href="#"><u>Acción 4: Educación y entrenamiento</u></a>	48
<a href="#"><u>Acción 5: Mecanismos de apoyo</u></a>	49
<a href="#"><u>Acción 6: Infraestructura y Marco Regulatorio de Infraestructura</u></a>	50
<a href="#"><u>Acción 7: Capital humano / mano de obra</u></a>	52
<a href="#"><u>Acción 8: Financiación y finanzas</u></a>	53
<a href="#"><u>11. Curso 5: Responsabilidad social corporativa</u></a>	57
<a href="#"><u>Objetivo</u></a>	57
<a href="#"><u>Esquema de presentación del Syllabus</u></a>	57
<a href="#"><u>Acción 1: Entender el CSR : problemas, definición, marco regulatorio</u></a>	58
<a href="#"><u>Acción 2 – Esencial del CSR</u></a>	61
<a href="#"><u>Acción 3 – Implementación de un enfoque de RSC: estudio de caso</u></a>	63
<a href="#"><u>12. Curso 6: Oportunidades de emprendimiento social para empresas</u></a>	68
<a href="#"><u>Acción 1: El concepto de emprendimiento social (ES) y el modelo económico de emprendimiento social.....</u></a>	69
<a href="#"><u>Acción 2: Necesidades sociales y ambientales y creación de valores compartidos</u></a>	71
<a href="#"><u>13. Resultados</u></a>	75
<a href="#"><u>14. Referencias utilizadas</u></a>	75

# 1. Introduction

*¿Qué es “emprendimiento”?*

*El emprendimiento es el proceso de diseño, lanzamiento y gestión de un nuevo negocio, que a menudo es inicialmente una pequeña empresa. Las personas que crean estos negocios se llaman emprendedores.*

*El espíritu empresarial se ha descrito como la "capacidad y disposición para desarrollar, organizar y administrar una empresa comercial junto con cualquiera de sus riesgos con el fin de obtener ganancias." Mientras que las definiciones de emprendimiento generalmente se centran en el lanzamiento y funcionamiento de negocios, debido a la alta los riesgos involucrados en el lanzamiento de una empresa emergente, una proporción significativa de empresas nuevas tienen que cerrar debido a "falta de fondos, malas decisiones comerciales, una crisis económica, falta de demanda del mercado, o una combinación de todos estos*

*A veces se usa una definición más amplia del término, especialmente en el campo de la economía. En este uso, un Emprendedor es una entidad que tiene la capacidad de encontrar y aprovechar oportunidades para convertir inventos o tecnología en nuevos productos: "El emprendedor es capaz de reconocer el potencial comercial de la invención y organizar el capital, el talento y otros recursos que convierten una invención en una innovación comercialmente viable ". En este sentido, el término "Emprendimiento" también capta actividades innovadoras por parte de empresas establecidas, además de actividades similares por parte de nuevas empresas.*

*Fuente: Wikipedia*

## **Proyecto ESE**

Para que el lector entienda mejor el plan de estudios, nos gustaría presentar algunos conceptos básicos sobre nuestro proyecto. La Escuela Europea de Emprendimiento (ESE) es un proyecto cofinanciado por la Comisión Europea en el marco de Erasmus +.

El Proyecto ESE tiene como objetivo promover y fomentar el espíritu empresarial de los jóvenes, las mujeres y las personas que están lejos del empleo, al permitirles adquirir las habilidades y el conocimiento esenciales para la creación de una empresa.

Según el Plan de Acción 2020 de la Comisión Europea, el 40% de los jóvenes europeos dicen estar interesados en trabajar por cuenta propia. Nuestra misión es brindar a las personas las habilidades necesarias para iniciar su propio negocio y definimos aquellas habilidades que faltan en los currículos educativos tradicionales. Esto se traduce en nuestra misión, que es capacitar a los futuros

emprendedores con las habilidades que necesitarán para comenzar, crecer y administrar sus negocios. Nos centramos en la creación de empresas que sean sostenibles y socialmente responsables.

La Escuela Europea de Emprendimiento está desarrollada para personas que desean iniciar un negocio pero necesitan ayuda para hacerlo. Con apoyo online y en persona, ESE les ayudará. Ofrecemos a los potenciales emprendedores un programa educativo que incluye apoyo en persona y online en temas como Introducción al emprendimiento, Los primeros pasos para comenzar un negocio, Financiamiento de la UE para empresas, Validar su mercado, Ecosistemas empresariales, Responsabilidad social corporativa, Empresas sociales y más . Hacemos esto brindando un programa de acompañamiento anual que incluye clases en persona y tutoría, cursos online, una guía de mejores prácticas y la oportunidad de viajar al extranjero y conocer a otros empresarios. La duración y los detalles del programa varían según la ubicación, pero todos siguen el mismo programa de capacitación en línea. El programa finaliza con unas practicas orientadas al aprendizaje. Los mejores estudiantes tendrán la oportunidad de viajar a una de nuestras ciudades socias y conocer otras empresas que estén trabajando en cosas similares.

Los cursos de la escuela estarán certificados por ECVET, un instrumento para el aprendizaje con títulos reconocidos por la Unión Europea y vinculado con Europass para la certificación de movilidad.

El equipo del proyecto está formado por 5 socios de 5 países diferentes, todos con diferentes tipos de experiencia que contribuyen al programa. La experiencia de los socios varía desde la aceleración de inicio, a la educación universitaria, a la formación profesional y certificaciones. Su experiencia se suma a más de 80 años de educación, capacitación y promoción de la creación de empresas.

En un segundo paso, el proyecto tiene como objetivo armonizar la enseñanza de la iniciativa empresarial a través del establecimiento de un marco de formación europeo y crear una guía de buenas prácticas del empresario europeo. Esta guía se distribuirá libremente en papel y en formato electrónico (formato epub).

## **2.Grupo Objetivo**

Proyecto ESE dirigido a los jóvenes y los más alejados del empleo. Abraham Lincoln dijo que "la mejor manera de predecir su futuro es crearlo". Hoy en día, estas palabras resuenan más fuerte que nunca, ya que las tasas masivas de desempleo en todo el mundo requieren que los jóvenes tomen el futuro en sus manos e inventen, emprendan en trabajos una vez que se gradúen. El espíritu empresarial, ampliamente descrito como el acto de crear algo de la nada, puede ser una solución al desafío global del desempleo juvenil, y una fuente importante de creación de empleo muy necesaria. Más aún, el emprendimiento juvenil puede ser una celebración de la creatividad y la aptitud tecnológica de los jóvenes, y una poderosa herramienta para el empoderamiento de los jóvenes (Gavrielidou, 2014).

El proyecto quiere ayudarlos a través de la capacitación y el apoyo individualizado con el fin de estimular la creación de empresas en diferentes territorios europeos. Todos los alumnos se beneficiarán de un apoyo individualizado y / o colectivo (apoyo tutorial) para darles las herramientas esenciales para la creación de su propia empresa al final de la práctica. Las movilidades también están planificadas para cinco alumnos cada año y para cada socio. Estos encuentros interculturales serán una oportunidad para que los alumnos debatan entre sí, se enriquezcan mutuamente y participen en reuniones con líderes empresariales o expertos que podrán testificar de su experiencia.

Cada socio formará un grupo de estudiantes. 20 en número. Entonces los estudiantes vendrán de cinco países diferentes. Para los estudiantes será fundamental tener algunos conocimientos básicos y habilidades en el campo empresarial antes de su incorporación. El nivel de formación corresponderá al EQF nivel 5 (Marco Europeo de Cualificaciones)

En este sentido, el diseño y la adopción del plan de estudios deben considerar E.S.E. como un conjunto de cursos sugeridos, metodologías y experiencias que indicarán a los estudiantes la mejor combinación para lograr conocimientos avanzados y habilidades en el campo empresarial, fomentando su educación y empleabilidad.

Esto es coherente con el objetivo principal del proyecto ESE, promover y fomentar el espíritu empresarial de los jóvenes que están lejos del empleo, permitiéndoles adquirir las habilidades y los conocimientos esenciales para la creación de una empresa.

### 3.Descripción del Syllabus

Syllabus se puede definir como un currículum (12 ECTS), que podría ser usado por diferentes programas de instituciones educativas como una especialización / continuación sugerida, implicando cursos existentes, cursos y experiencias de nuevo diseño, aplicando métodos de enseñanza innovadores.

Un syllabus (syllabi plural) o plan de estudios, es un documento académico que comunica la información del curso y define las expectativas y responsabilidades. Es descriptivo (a diferencia del plan de estudios prescriptivo o específico). Un programa de estudios puede ser establecido por un tribunal o preparado por el profesor que supervisa o controla la calidad del curso. El programa es un "contrato entre los miembros de la facultad y sus estudiantes, diseñado para responder las preguntas de los estudiantes sobre un curso, así como para informarles qué sucederá si no cumplen con las expectativas del curso. Hay siete componentes esenciales para un programa académico: Información del instructor, información general del curso, objetivos del curso, políticas del curso, calificación y evaluación, recursos de aprendizaje y el calendario del curso (Slattery, Carlson 2005).

A modo de comparación, el currículum está en la educación ampliamente definida como la totalidad de las experiencias de los estudiantes que incurren en el proceso educativo. El término a menudo se refiere específicamente a una secuencia planificada de instrucción, o a una vista de las experiencias del alumno en términos de los objetivos de instrucción del educador o la escuela (Kelly 2009, Willes 2008).

Por lo tanto, utilizamos en este documento el término Syllabus para la descripción de una asignatura y Currículum para un grupo donde los planes de estudio que se combinan en conjunto.

En cuanto a la formación, hemos elegido un dispositivo de enseñanza innovador: el aprendizaje combinado, es decir, un sistema de enseñanza mixta en línea / cara a cara mediante la creación de una plataforma de enseñanza en línea. Esta solución presenta múltiples intereses, la posibilidad ofrecida a los estudiantes de poder conectarse en cualquier momento y en cualquier lugar a su espacio de aprendizaje.

La dimensión intercultural, intergeneracional y el funcionamiento de la Unión Europea (desde un punto de vista empresarial específico) se estudiarán ampliamente en el programa de capacitación. También se estudiarán el concepto de Responsabilidad Social Corporativa (RSE), el enfoque de desarrollo sostenible y el concepto de gestión ágil que se implementará en la empresa.

E.S.E. syllabus representa un marco común europeo de formación para los distintos socios sobre la base del ECVET (enfoque basado en las habilidades) y una parte de formación mediante la provisión de recursos de aprendizaje en línea a través de una plataforma



digital y la organización de sesiones presenciales de formación en 5 Países europeos. El curso de capacitación propuesto estaría certificado.

Los estudiantes que participan en el E.S.E. adquirirán, conocimientos y habilidades relacionados con el objetivo principal del curso, de mejorar las habilidades emprendedoras.

E.S.E Syllabus consiste en un conjunto de **módulos de aprendizaje, cursos, experiencia y metodologías** que definen un concepto de aprendizaje integrado para construir el nuevo joven emprendedor. Esos seis módulos son:

1. Emprendimiento, marcas y proceso de desarrollo de marca
2. Los primeros pasos para comenzar una startup
3. Oportunidades de financiación de la UE para las empresas
4. Ecosistemas empresariales
5. Oportunidades de emprendimiento social para las empresas
6. Responsabilidad Social Corporativa

Todos los módulos se impartirán a los estudiantes a través de una serie de **seis cursos** (con un total de 12 ECTS)

Las horas de aprendizaje indicadas son puramente indicativas. De hecho, por definición, el aprendizaje a distancia permite una gran flexibilidad en los períodos y tiempos de aprendizaje. Los cursos están en línea 24/7, cada alumno tendrá la oportunidad de trabajar los cursos a su propio ritmo respetando las fechas del examen, si lo impone la institución de capacitación.

### **Figura 1.** Concepto de diseño del Syllabus

→ Consulte el mapa de Freemind en el sitio web de ESE: <http://ese-project.eu/>

### Repositorios de certificación / examen: tabla de unidades constitutivas y habilidades específicas

	Titulo	Socio responsable	Test	Unidad capitalizable	Créditos	Co eff.	Modalidad de evaluación	Tiempo estimado de aprendizaje (cursos online)
1	Emprendimiento	Universidad de Primorska	Participación activa en conferencias y seminarios 30% de la nota final  Presentación del modelo de negocios 70% de la nota final	- Emprendimiento y emprendedor:  - El papel y la importancia del espíritu empresarial para el desarrollo económico  - Creatividad y idea de negocio  -Plan de negocios  - Fuentes de financiación del nuevo negocio  - Gestión y crecimiento de nuevas empresas	1	1	- Participación activa en conferencias y seminarios 30%  - Presentación del modelo de negocio - 70%	20h
1	Marcas	Universidad de Primorska	<b>Idem # emprendimiento</b>	- Emprendimiento y emprendedor:  - El papel y la importancia del espíritu empresarial	1	1	- Participación activa en conferencias y seminarios 30%  - Presentación del modelo de negocio - 70%	20h

				para el desarrollo económico - Creatividad y idea de negocio - Plan de negocios - Fuentes de financiación del nuevo negocio - Gestión y crecimiento de nuevas empresas				
2	Los primeros pasos para comenzar una startup	Tetuan Valley	- Evaluación continua del conocimiento con preguntas (método elegido por el capacitador) - Presentación de Powerpoint - Presentación oral - Deberes	- Validación de idea - Presentaciones efectivas - Esquema de modelo de negocios	2	1	- Exámenes de evaluación del conocimiento - Presentación de Powerpoint - Presentación oral - Deberes	<b>24 h (44 h carga de trabajo)</b>
3	Oportunidades de financiación de la UE para empresas	CCBI	Preguntas abiertas y cuestionarios de opción múltiple: 40% de la marca global	- Cómo funciona la UE - Oportunidades para las empresas en el marco europeo	3 Habilidades bloque A1 = 1 crédito Bloque de habilidades A2 = 2 créditos	1	- Apropiación por parte de los alumnos del conocimiento identificado	<b>60 h</b>
4	Ecosistemas emprendedores	CBE	- Presentación de un estudio de caso empresarial existente y / o un proyecto de	- El concepto de un ecosistema emprendedor - El mercado - Marketing	1	2	- Prueba escrita: el documento escrito debe representar un esfuerzo de investigación, análisis y aplicación sobre un aspecto real y bien definido de la actividad de una	<b>32H</b>

			<p>creación de negocio personal</p> <p>- Los estudiantes presentarán su proyecto de creación o adquisición de una empresa. Este proyecto se presentará de forma oral (utilizando un soporte informático) y por escrito</p>	<p>- La cultura corporativa</p> <p>- Educación y entrenamiento</p> <p>- Apoya los mecanismos</p> <p>- Marco regulatorio e infraestructuras</p> <p>- Política gubernamental</p> <p>- Disponibilidad de capital humano / mano de obra</p> <p>- Financiamiento y finanzas</p>			<p>empresa y en un contexto económico europeo.</p> <p>- Duración de la prueba oral de 1 hora: presentación teórica oral (30') + preguntas / respuestas con el jurado (30')</p>	
5	Oportunidades de emprendimiento social para empresas	SYNTEA	<p>- Evaluación del conocimiento por preguntas del curso</p> <p>- Apropiación por parte de los alumnos del conocimiento identificado</p>	<p>- El concepto de emprendimiento social (ES) y el modelo económico de emprendimiento social</p> <p>- Necesidades sociales y ambientales y creación de valores compartidos</p>	2	2	<p>- Evaluación del conocimiento por preguntas del curso</p> <p>- Apropiación por parte de los alumnos del conocimiento identificado</p>	50 h
6	Responsabilidad Social Empresarial (RSE)	CBE	<p>- Trabajo del alumno: diligencia; presentaciones (orales y escritas) investigación y revisión de la literatura</p> <p>- Situación de juego de roles: respeto de las instrucciones</p>	<p>- Comprender la RSE: problemas, definición, marco regulatorio</p> <p>- Implementación de un enfoque de RSC: estudio de caso</p>	2	2	<p>- Evaluación continua del conocimiento con notas de resumen y preguntas del curso (métodos elegidos por el formador): 20% de la calificación global</p> <p>- Evaluación continua del conocimiento por preguntas del curso (métodos elegidos por el</p>	35 h (60 h carga de trabajo)

			(tiempo, objetivos ...), claridad en la presentación, argumentación				formador): 15% de la calificación global  - Evaluación continua del conocimiento por preguntas del curso (métodos en la elección del formador): 15% de la marca global  - Control continuo del conocimiento (15% de la puntuación general)	
<b>Prácticas</b>								
<b>Periodo de Movilidad</b>						1		
<b>Memoria/informe de prácticas</b>						1		
<b>TOTAL</b>						12 créditos		286 H

### ***Contenido***

El contenido pedagógico de todos los módulos y su vinculación con cada elemento de aprendizaje (exámenes, material, laboratorio de filmación y pasantías) fueron desarrollados de manera coherente por E.E.E. socios del proyecto en la fase final del diseño curricular. El contenido es coherente con los cursos elegidos para incluirlo como características de aprendizaje sugeridas.

## 4. Metodología

En el informe de la Comisión Europea sobre el espíritu empresarial en la educación y formación profesional (2008), los expertos destacaron las herramientas / métodos de enseñanza que son los más apropiados o efectivos para impartir programas y cursos de emprendimiento, en particular a estudiantes no empresariales. Los resultados de esta investigación indican una clara preferencia por los métodos basados en "técnicas grupales y de equipo para crear nuevas ideas comerciales" y por el uso de "estudios de casos". Siguiendo estas dos categorías principales, otras herramientas destacadas como particularmente efectivas fueron "talleres de planificación de negocios", "invitación a oradores invitados" (es decir, empresarios) y "simulaciones de negocios". Además, los métodos basados en emprender algunos ejercicios prácticos de creatividad y actividad empresarial que conducen al desarrollo de ideas se encuentran entre otras herramientas cuya efectividad se subrayó. Curiosamente, las conferencias tradicionales apenas fueron mencionadas por los expertos como herramientas efectivas para la educación empresarial.

Una conclusión importante es que los métodos educativos tradicionales no se correlacionan bien con el desarrollo de los rasgos y atributos empresariales, y que la colaboración multidisciplinaria es un elemento esencial para la construcción de capacidades emprendedoras. Hay una necesidad de una mayor flexibilidad en el diseño del curso. La alternancia entre el estudio a tiempo completo y parcial, la organización de cursos intensivos y la acreditación del aprendizaje informal y no formal tienen un papel que desempeñar. Los forma de "alimentación" tradicional y conferencias, son en gran medida inapropiados en este campo y, de manera más general, una forma ineficiente de aprendizaje. Es necesario pasar a enfoques de aprendizaje más interactivos, donde el docente se convierte más en un moderador que en un conferenciante.

El uso de métodos de enseñanza basados en la experiencia es crucial para desarrollar habilidades y habilidades empresariales. Por lo tanto, para integrar el espíritu empresarial en el currículum, se debería favorecer el uso de pedagogías orientadas a la acción en todas las disciplinas. Este tipo de metodología requiere mucho trabajo y es costosa, y requiere una capacitación específica. Los profesores deben tener experiencia académica y experiencia reciente en los negocios, tales como la consultoría o la iniciación de iniciativas empresariales. Idealmente, deberían mantener fuertes vínculos personales con el sector empresarial. Los mejores profesores son docentes con las competencias requeridas y una experiencia profesional real en el sector privado. Es necesario hacer una distinción entre la sensibilización y la educación, y el apoyo empresarial real (Emprendimiento en educación y formación profesional 2008).

El enfoque didáctico tradicional se rediseña desde una perspectiva de aprendizaje centrada en el alumno a métodos que hacen hincapié en el aprendizaje activo. El conjunto completo de cursos y módulos tienen una estructura flexible. Los REA, materiales de aprendizaje basados en la web, permiten el acceso a todos los módulos, para revisar algunas partes, fuentes de literatura adicional, ejemplos, etc.

Definición de las metodologías de aprendizaje:

- formal, con conferencias, seminarios y pruebas para construir conocimiento conceptual avanzado, **tradicional**;
- cognitivo, para asimilar el aprendizaje mixto, mezclando **conferencias y sesiones de aprendizaje electrónico** para usar el REA, aprendiendo al pensar;
- capacitación operativa, en el trabajo para realizar **chequeos** para analizar y guiar a las PYMES, implementar cursos estratégicos sobre planificación, orientación y control de procesos de ventas, **aprender haciéndolo**.

Por lo tanto, los estudiantes serán guiados a través del problema, valoración y / o crítica, o las concepciones que se clarifican a través del aprendizaje basado en problemas, aprendizaje basado en preguntas, aprendizaje basado en competencias, aprendizaje autodirigido y aprendizaje experiencial y de acción.

Los medios elegidos para lograr estos resultados son la enseñanza tradicional con énfasis en estudios de casos y técnicas grupales y de equipo para crear nuevas ideas de negocios (conferencias), materiales de aprendizaje multimedia (OER) basados en la web, videos (cortometrajes).

### ***Evaluación***

Los estudiantes serán evaluados considerando simultáneamente todos los diferentes enfoques educativos, por lo tanto

- **El aprendizaje tradicional** se evaluará a través de exámenes y exámenes sobre el contenido diseñado;
- **El aprendizaje innovador** se evaluará considerando el **uso** (REA, material Cli.Ma.) verificando durante las clases y el examen los **accesos a la plataforma, el porcentaje de asistencia y las pruebas de evaluación** (educación de películas y exámenes de las PYME).

## **5.Adopción**

De licenciatura

En este nivel de aplicación, los socios podrán insertar un curso dentro de su oferta académica, que se enriquecerá con fuentes de aprendizaje innovadoras y experiencia relacionada con el programa de pasantías, para probar, aplicar y poner en práctica sus conocimientos y habilidades recién adquiridos. y herramientas en un entorno profesional. En adición, el plan de estudios se configurará gracias a un conjunto de cursos elegibles a los que se asistirá para lograr esos conocimientos y habilidades para ser un exitoso vendedor internacional y un buen gerente.



## 6. Descripción detallada del Syllabus:

### 7. Curso 1: Emprendimiento

#### Objetivos :

El objetivo principal de este curso es proporcionar a los empresarios herramientas importantes en los primeros pasos de la búsqueda de ideas de negocios, la evaluación de ideas y el inicio de un negocio. Además, los estudiantes aprenderán sobre Marcas y marcas, que es una de las habilidades empresariales más importantes.

En este syllabus:

Duración del entrenamiento (cara-cara): 20h

2 ECTS para una carga de trabajo de 40 horas

El curso consistente en dos módulos:

#### **A1 – Emprendimiento**

#### **A2- Marcas**

#### ***Objetivos A1: Emprendimiento***

1. El objetivo principal del curso es obtener conocimientos teóricos y prácticos sobre el emprendimiento y el proceso emprendedor a partir de la idea, la validación de la idea empresarial, la creación de empresas emprendedoras y el desarrollo de habilidades empresariales y el pensamiento creativo. El programa estimula a los estudiantes al pensamiento emprendedor y a crear y desarrollar sus ideas de negocios.

#### ***Objetivos A2: Marcas***

2. El objetivo principal del curso es obtener conocimiento teórico y práctico sobre la importancia de las marcas, y el conocimiento sobre el proceso de desarrollo de la marca



### Los resultados del aprendizaje

Tareas Grupos de resultados de aprendizaje (L.O)	Competencia	Habilidades	Conocimiento
<p><b>T1: Aplicación:</b>            - En este curso, un alumno adquirirá habilidades que pueden utilizarse para identificar las habilidades empresariales y las ideas de negocios, y para controlar sus habilidades y actitudes personales para el Emprendimiento.            - Un alumno podrá iniciar el proceso emprendedor desde la ideación hasta la creación de empresas y, en este contexto, preparar un plan de negocios de muestra y su presentación.</p> <p><b>Reflexión:</b>            - Con base en el conocimiento de los principios teóricos, el alumno podrá analizar y evaluar críticamente las ideas comerciales, los planes de negocios y las prácticas comerciales de las empresas existentes,            - El alumno podrá encontrar recursos para el desarrollo empresarial en Eslovenia y hacer un análisis comparativo del entorno efectivo para el desarrollo empresarial.</p>	<p><b>C1: Competencias generales:</b>            - Desarrollar el pensamiento analítico y creativo            - Desarrollar una autoestima positiva, iniciativa, persistencia y tendencia al éxito            - Desarrollar un enfoque en los resultados            - Desarrollar la capacidad de encontrar información y conocimiento            - Desarrollar un sentido de las relaciones interpersonales y el trabajo en equipo, y centrarse en el usuario            - Desarrollar autonomía, flexibilidad y adaptabilidad en la toma de decisiones  <b>Competencias específicas de la asignatura:</b>            - Desarrollar habilidades empresariales            - Desarrollar la capacidad de anticipar y diseñar            - Evaluación y uso de recursos económicos            - Desarrollar un enfoque en el éxito empresarial.</p>	<p><b>S1:</b>            - Comprender los conceptos de emprendimiento, el emprendedor y el papel y la importancia de la iniciativa empresarial para el desarrollo económico;            - Comprender el proceso emprendedor desde la idea hasta la creación de negocios, técnicas de pensamiento creativo y componentes de un plan de negocios.</p>	<p><b>K1: Conocimiento y comprensión:</b>            - Conocimiento y comprensión de los conceptos de emprendimiento, el emprendedor y el papel y la importancia de la iniciativa empresarial para el desarrollo económico;            - Conocimiento y comprensión del proceso emprendedor desde la idea hasta la creación de negocios.            - Conocimiento de la importancia y técnicas del pensamiento creativo            - Conocimiento de la importancia y los componentes de un plan de negocios;            - Conocimiento sobre las fuentes de financiación de capital de riesgo,            - Conocimiento de la gestión básica de nuevas empresas, estrategias de desarrollo y crecimiento de nuevas empresas y su terminación            - Conocimiento de un entorno propicio para el espíritu empresarial y, especialmente, un entorno propicio para el desarrollo empresarial</p>
<p><b>T2: Solicitud:</b>            Los estudiantes son capaces:            - Para comenzar el diseño y desarrollo de su propia marca</p>	<p><b>C2:</b>            - La capacidad de adquirir nuevos conocimientos del campo de la marca y el marketing.            - La competencia de cooperar y proporcionar orientación para el trabajo en equipo;</p>	<p><b>S2:</b>            - Adquirir el conocimiento sobre técnicas de marketing y venta. El terreno teórico incluye el conocimiento de los principios de marketing básicos y elementos separados de las estrategias de marketing.</p>	<p><b>K2:</b>            Conocimiento y comprensión:            - Pasos básicos en la creación y desarrollo de la marca.            - Conocimiento y comprensión de la estructura de la marca.</p>

<p>- Diseñar un plan de marketing y diseñar e implementar una campaña de promoción.</p> <p><b>Reflexión:</b>          Son capaces de evaluar cuestiones relacionadas con diferentes aspectos del proceso de desarrollo de la marca y el marketing, y de actualizar adecuadamente sus conocimientos / competencias.</p>	<p>- La capacidad de comprender los conceptos de marca y marketing, que orientan a los estudiantes a resolver desafíos y problemas al presentar y promocionar su propia</p>	<p>- El trabajo práctico permite la aplicación en tiempo real de los conocimientos recibidos y la preparación de los propios proyectos de los estudiantes.</p> <p>- La visión de diferentes técnicas de venta y una buena base para crear estrategias de venta.</p> <p>- Los estudiantes aprenderán a crear un plan de marketing para sus propios proyectos.</p>	<p>- Conocer y comprender el proceso de desarrollo de la marca.</p> <p>- Comprender las estrategias de marketing y la conexión estrecha de sus elementos para la implementación.</p>
--	---	--	--

## Certificación

Contexto	Criterios de evaluación
<p>Emprendimiento y emprendedor:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Naturaleza y desarrollo del espíritu empresarial</li> <li>- Definiciones de emprendimiento</li> <li>- Procesos de negocio</li> <li>- Una comparación de la toma de decisiones gerencial y empresarial</li> <li>- Definición de emprendedor</li> <li>- Proceso de decisión empresarial</li> <li>- Las características del emprendedor - la capacidad, la motivación</li> <li>- Negocios internos y empresarios internos</li> <li>- Empresa familiar</li> <li>- El papel y la importancia del emprendimiento para el desarrollo económico:</li> </ul> <p>Creatividad y idea de negocio</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Fuentes de nuevas ideas</li> <li>- Métodos para la génesis de las ideas</li> <li>- Solución creativa de problemas</li> <li>- Planificación de la producción y proceso de desarrollo</li> </ul> <p>Plan de negocios:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- El significado y el propósito de preparar un plan de negocios</li> <li>- La necesidad de información</li> <li>- La preparación y el contenido del plan de negocios</li> <li>- Uso e implementación del plan de negocios</li> </ul> <p>Fuentes de financiación del nuevo negocio:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Financiamiento para la equidad</li> </ul>	<p>Tipo de evaluación:</p> <p>Participación activa en conferencias y seminarios 30%</p> <p>- Presentación del modelo de negocio - 70%</p>

- Financiamiento con capital de deuda
- Capital de riesgo
- Incentivos de desarrollo estatal para desarrollar nuevos negocios
- Evaluación de negocios

Gestión y crecimiento de nuevas empresas

Finalización de la compañía

## **Bibliografía específica indicativa:**

### **1 A Emprendimiento**

1. Ash Maurya. Delaj vitko. 2014. Pasadena: Ljubljana.
2. Eric Ries “Lean Startup”. <http://theleanstartup.com/>
3. Steve Portigal. “Interviewing Users: How to Uncover Compelling Insights”
4. Mitja Ruzzier, Boštjan Antončič, Tina Bratkovič, Robert D. Hisrich. 2008. Podjetništvo. Koper: Društvo za akademske in aplikativne raziskave
5. Alexander Osterwalder and Yves Pigneur. “Business Model Generation”
6. <https://strategyzer.com/canvas/business-model-canvas>

### **1 B Marcas y branding**

1. Startup branding funnel. Find your perfect brand-market fit to hack your growth. 2015 Maja K. Ruzzier, Mitja Ruzzier. Publisher: Meritum, ISBN: 978-961-92961-4-1.
2. David A. Aaker BRAND PORTFOLIO STRATEGY
3. Debbie Millman BRAND THINKING
4. OReilley LEAN BRANDING

## 8. Curso 2: Los primeros pasos para comenzar una startup

### *Objetivos*

El objetivo global de este conjunto de temas es brindar a los empresarios herramientas importantes en los primeros pasos para comenzar un negocio. El objetivo es que los estudiantes tengan una buena base para la etapa de desarrollo de ideas de negocios.

### **En este syllabus:**

Once unidades de resultados de aprendizaje (3 secciones)

Duración del entrenamiento: 24h

2 créditos para aprender EQF Nivel V, para una carga de trabajo de 44 horas

Bloque de habilidades A1: 9h - Validación de la idea

Bloque de habilidades A2: 6h - Presentaciones efectivas

Bloque de habilidades A3: 9h - Modelo de negocio CanvasAction 1: Idea validation

### **Objetivos:**

Cuando tenga una idea, antes de invertir demasiado tiempo y dinero en ella, es importante probar si tendrá clientes potenciales y si encaja en el mercado. Este tema cubrirá cómo validar la idea de negocio antes de implementar el negocio completo, para evitar fallas mayores en el future

- Comprender qué se entiende por validación y los conceptos clave a su alrededor
- Apreciar la importancia de la validación antes de construir un producto o negocio
- Comprender los conceptos de ajuste de solución de problema y ajuste de mercado de problema
- Saber cómo hacer investigaciones para validar una idea y su mercado a través de investigaciones secundarias, entrevistas de usuarios y experimentos
- Saber cómo medir el tamaño real del mercado para un producto o servicio

### Resultados del aprendizaje

Tareas	Competencia	Habilidades	Conocimiento
<b>T1. Qué es la validación?</b>	<p>C1. Reconocer conceptos clave en validación: ajuste de solución de problemas, experimentos, investigación</p> <p>C2. Expresar la importancia de la validación antes de construir un negocio</p>	<p>S1. Definir conceptos clave en validación</p> <p>S2. Distinga el ajuste de solución de problema del ajuste de mercado de producto</p> <p>S3. Describa la importancia de la validación como el primer paso para comenzar un negocio</p>	<p>K1. Validación</p> <p>K2. Ajuste de solución de problema</p> <p>K3. Ajuste del mercado de productos</p> <p>K4. Importancia de la validación</p>
<b>T2. Problema-solución</b>	<p>C1. Comprender cuándo y por qué se llevan a cabo soluciones problemáticas</p> <p>C2. Conozca las bases de una buena entrevista de problemas</p> <p>C3. Comprender el concepto de ajuste de solución de problema</p> <p>C4. Conoce las bases de una buena entrevista de solución</p>	<p>S1. Describe qué es una solución problemática y para qué se utiliza</p> <p>S2. Aplique una técnica de entrevista problemática a su propio negocio y realice entrevistas eficaces con problemas</p> <p>S3. Describa el concepto de ajuste de solución de problema</p> <p>S4. Explica por qué las dos entrevistas deben estar separadas una de la otra</p>	<p>K1. Entrevistas de problemas</p> <p>K2. Entrevistas de solución</p> <p>K3. Diferencia entre entrevistas de soluciones y problemas</p> <p>K3. Definición de ajuste de solución de problema</p> <p>K4. Ejemplos de ajuste de solución de problema</p>
<b>T3. Encaje producto-mercado</b>	<p>C1. Comprender el concepto de ajuste de mercado de productos</p> <p>C2. Resume 4 experimentos para probar el ajuste del mercado</p> <p>C3. Comprender el concepto de tamaño de mercado: TAM, TSM y mercado de beachhead</p>	<p>S1. Describa qué ajuste de mercado de productos es</p> <p>S2. Enumere los requisitos para probar el ajuste de mercado de productos</p> <p>S2. Describa al menos 4 experimentos para probar el ajuste del mercado</p> <p>S3. Demostrar habilidad para realizar experimentos de validación de mercado</p> <p>S4. Definir y aplicar los conceptos relacionados con el tamaño del mercado</p>	<p>K1. Ajuste del mercado de productos</p> <p>K2. Experimentos para el ajuste del mercado</p> <p>K3. Tamaño de mercado:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Mercado direccionable total</li> <li>- Servido mercado disponible</li> <li>- Mercado objetivo</li> <li>- Mercado de beachhead</li> </ul>

## Repositorio de certificación

Tareas	Conocimiento, Habilidades, Habilidad examinada	Métodos de evaluación	Criterios de evaluación
<p><b>T1 – Qué es la validación?</b></p>	<p><u>Conocimiento:</u>            K1. Validación            K2. Ajuste de solución de problema            K3. Ajuste del mercado de productos            K4. Importancia de la validación</p> <p><u>Skills:</u>            S1. Definir conceptos clave en validación            S2. Distinga el ajuste de solución de problema del ajuste de mercado de producto            S3. Describa la importancia de la validación como el primer paso para comenzar un negocio</p> <p><u>Habilidades:</u>            C1. Reconocer conceptos clave en validación: ajuste de solución de problemas, experimentos, investigación            C2. Exprese la importancia de la validación antes de construir un negocio</p>	<p>Evaluación continua del conocimiento con preguntas al final de cada sección: 10% de la calificación general</p>	<p>El alumno responde las preguntas correctamente</p> <p>El alumno comunica la comprensión de los conceptos cubiertos en clase</p> <p>El estudiante hace las lecturas requeridas</p>



<p><b>T2.</b> <b>Problema-solución</b></p>	<p><u>Conocimiento:</u>          K1. Entrevistas de problemas          K2. Entrevistas de solución          K3. Diferencia entre entrevistas de soluciones y problemas          K3. Definición de ajuste de solución de problema          K4. Ejemplos de ajuste de solución de problema</p> <p><u>Skills:</u>          S1. Describe qué es una solución problemática y para qué se utiliza          S2. Aplique técnicas de entrevista problemáticas a su propio negocio y realice entrevistas eficaces con problemas          S3. Describa el concepto de ajuste de solución de problema          S4. Explica por qué las dos entrevistas deben estar separadas una de la otra</p> <p><u>Habilidades:</u>          C1. Comprender cuándo y por qué se llevan a cabo soluciones problemáticas          C2. Conozca las bases de una buena entrevista de problemas          C3. Comprender el concepto de ajuste de solución de problema          C4. Conoce las bases de una buena entrevista de solución</p>	<p>Evaluación continua del conocimiento por preguntas del curso (métodos elegidos por el capacitador): 15% de la calificación general</p> <p>Tarea 1 - Realización de 3 entrevistas con problemas y redacción de un resumen de los principales hallazgos con una propuesta de acción a tomar (15% de la calificación general)</p> <p>Tarea 2 - Realizar 3 entrevistas de solución y escribir un resumen de los hallazgos con la proposición de acciones a tomar (15% de la calificación general)</p>	<p>El alumno responde las preguntas correctamente</p> <p>Calidad del análisis de los resultados de las entrevistas con los clientes</p> <p>El alumno puede tomar decisiones basadas en los hallazgos de las entrevistas</p>
--	--	--	---

<p><b>T3. Encaje producto-mercado</b></p>	<p><u>Conocimiento:</u>          K1. Ajuste del mercado de productos          K2. Experimentos para el ajuste del mercado          K3. Tamaño de mercado:          Mercado direccionable total          Servido mercado disponible          Mercado objetivo          Mercado de cabeza de playa</p> <p><u>Skills:</u>          S1. Describa qué ajuste de mercado de productos es          S2. Enumere los requisitos para probar el ajuste de mercado de productos          S2. Describa al menos 4 experimentos para probar el ajuste del mercado          S3. Demostrar habilidad para realizar experimentos de validación de mercado          S4. Definir y aplicar los conceptos relacionados con el tamaño del mercado</p> <p><u>Habilidades:</u>          C1. Comprender el concepto de ajuste de mercado de productos          C2. Resume 4 experimentos para probar el ajuste del mercado          C3. Comprender el concepto de tamaño de mercado: TAM, TSM y mercado beachhead</p>	<p>Evaluación continua del conocimiento por preguntas del curso (métodos en la elección del formador): 15% de la marca global</p> <p>Prueba de respuesta breve en clase: 15% de la marca global</p> <p>Tarea 3: identifique TAM, TSM y el mercado de cabeza de playa para su negocio y proporcione una estimación de sus tamaños. Escriba un breve informe sobre por qué han elegido esos mercados: 15% de la marca global</p>	<p>El alumno ha aprendido los conceptos y puede responder preguntas correctamente</p> <p>El alumno demuestra comprensión de los conceptos aprendidos en la prueba de respuesta corta</p> <p>El estudiante hace las lecturas          - Calidad del análisis de mercados y tamaño del mercado</p>
---	--	--	--

**Bibliografía sugerida:**

1. “Disciplined Entrepreneurship” de Bill Aulet
2. “Lean Startup” de Eric Ries
3. “Interviewing Users: How to Uncover Compelling Insights” de Steve Portigal

Artículos online:

1. <https://fizzle.co/sparkline/real-world-idea-validation>
2. <https://www.entrepreneur.com/article/237455>
3. <https://medium.com/makesideproject/making-a-side-project-part-2-idea-validation-d682dd05c475>

4. <https://medium.com/startup-reviews/how-im-hustling-a-9-startup-idea-validation-9318bb61dad1>

## Acción 2: Presentar tu negocio de manera efectiva

### Objetivos:

Una parte importante del éxito de una empresa es qué tan bien puede venderla a otros, ya sean clientes potenciales, socios o inversores. Esta sección le enseñará cómo comunicarse de manera efectiva y preparar un buen discurso para su negocio. En esta sección, usted:

- Aprende a presentar
- Aprender los diferentes tipos de presentaciones que una empresa podría necesitar
- Aprende a estructurar una presentación
- Aprender mejores prácticas para crear presentaciones visuales y mejores técnicas para presentar

### Resultados del aprendizaje

Tareas	Competencia	Habilidades	Conocimientos
<b>T1. Tipos de pitches</b>	<p>C1. Explicar qué es una pitch y la importancia de presentar de manera efectiva</p> <p>C1. Diferenciar los tipos de presentaciones por longitud</p> <p>C2. Diferenciar los tipos de presentaciones por audiencia</p>	<p>S1. Distinga entre presentaciones de diferentes longitudes y qué priorizar</p> <p>S2. Distinga entre presentaciones para diferentes públicos y en qué enfocarse</p>	<p>K1. Elevator pitch</p> <p>K2. 3-5 minutos de pitch</p> <p>K3. Presentaciones largas</p> <p>K4. Pitches para ventas</p> <p>K5. Pitches para inversión</p> <p>K6. Pitches para asociaciones o marketing</p>
<b>T2. Estructura de un Pitch</b>	<p>C1. Describe los elementos que hacen que un pitch sea efectivo</p> <p>C2. Reconocer la estructura más eficiente para la introducción de un producto o servicio</p> <p>C3. Describa los 10 elementos para incluir en cada discurso y discutir su relevancia</p>	<p>S1. Aplicar los conceptos de protagonista, conflicto y contexto en un pitch</p> <p>S2. Identificar y emplear la estructura "qué-cómo-por-qué" para un pitch</p> <p>S3. Enumera los 10 elementos para incluir en un pitch</p>	<p>K1. Estructura de un pitch</p> <p>K2. Elementos de un pitch</p> <p>K3. Efectividad de un pitch</p>

	C4. Priorice los artículos dependiendo de la audiencia	S4. Prepare un pitch eficaz de 3-5 minutos empleando los conceptos aprendidos	
<b>T3. Perfeccionar la presentación</b>	<p>C1. Aplicar las mejores prácticas para hacer un soporte visual para una presentación</p> <p>C2. Memorice hábitos para evitar presentaciones visuales</p> <p>C3. Adquirir habilidades de comunicación para presentar de manera efectiva</p>	<p>S1. Produzca una presentación de PowerPoint limpia y efectiva</p> <p>S2. Presente una idea, producto o negocio claramente convincente</p>	<p>K1. Presentaciones de PowerPoint efectivas</p> <p>K2. Habilidades de comunicación</p>

## Repositorio de certificación

Tareas	Conocimientos, Habilidades, Habilidad examinada	Métodos de evaluación	Criterios de evaluación
<p><b>T1 – Tipos de Pitches</b></p>	<p><u>Conocimiento:</u>            K1. Paso del ascensor            K2. Tono de 3-5 minutos            K3. Largas presentaciones            K4. Parcelas para ventas            K5. Parcelas para inversión            K6. Parcelas para asociaciones o marketing</p> <p><u>Skills:</u>            S1. Distinga entre presentaciones de diferentes longitudes y qué priorizar            S2. Distinga entre presentaciones para diferentes públicos y en qué enfocarse</p> <p><u>Habilidades:</u>            C1. Describe los elementos que hacen que un tono sea efectivo            C2. Reconocer la estructura más eficiente para la introducción de un producto o servicio            C3. Describa los 10 elementos para incluir en cada discurso y discutir su relevancia            C4. Priorice los artículos dependiendo de la audiencia</p>	<p>Evaluación continua del conocimiento por preguntas del curso (método elegido por el capacitador): 15% de la calificación general</p>	<p>El alumno responde las preguntas correctamente</p> <p>El alumno comunica la comprensión de los conceptos cubiertos en clase</p>
<p><b>T2 – Estructura de un Pitch</b></p>	<p><u>Conocimiento:</u>            K1. Estructura de un campo            K2. Elementos de un campo            K3. Eficacia de un lanzamiento</p> <p><u>Skills :</u></p>	<p>Evaluación continua del conocimiento por preguntas del curso (métodos elegidos por el capacitador): 10% de la calificación general</p> <p>Presentación oral: 20% de la marca global</p>	<p>El alumno responde las preguntas correctamente</p> <p>La presentación contiene elementos aprendidos en la sección:</p> <p>- La presentación tiene la estructura correcta según lo aprendido en clase</p>

	<p>S1. Aplicar los conceptos de protagonista, conflicto y contexto en un tono          S2. Identificar y emplear la estructura "qué-cómo-por-qué" para un pitch          S3. Enumera los 10 elementos para incluir en un campo          S4. Prepare un pitch eficaz de 3-5 minutos empleando los conceptos aprendidos</p> <p><u>Habilidades:</u>          C1. Describe los elementos que hacen que un pitch sea efectivo          C2. Reconocer la estructura más eficiente para la introducción de un producto o servicio          C3. Describa los 10 elementos para incluir en cada discurso y discutir su relevancia          C4. Priorice los artículos dependiendo de la audiencia</p>		<p>- La presentación es clara y comunica el mensaje de manera efectiva</p>
<p><b>T3 – Perfeccionar la presentación</b></p>	<p><u>Conocimiento:</u>          K1. Presentaciones de PowerPoint efectivas          K2. Habilidades de comunicación</p> <p><u>Skills:</u>          S1. Produzca una presentación de PowerPoint limpia y efectiva          S2. Presente una idea, producto o negocio claramente convincente</p> <p><u>Habilidades:</u></p>	<p>Evaluación continua del conocimiento por preguntas del curso (métodos en la elección del formador): 15% de la marca global</p> <p>Presentación en PowerPoint: 20% de la marca global</p> <p>Presentación oral: 20% de la marca global</p>	<p>El alumno ha aprendido los conceptos y puede responder preguntas correctamente</p> <p>Las presentaciones de PowerPoint siguen las pautas dadas en clase</p> <p>La presentación de PowerPoint es clara</p> <p>La presentación oral es clara e incluye los elementos y la estructura discutidos en clase</p> <p>Ha mejorado la capacidad de presentación desde la primera presentación oral</p>

	C1. Aplicar las mejores prácticas para hacer un soporte visual para una presentación C2. Memorice hábitos para evitar presentaciones visuales C3. Adquirir habilidades de comunicación para presentar de manera efectiva		
--	--	--	--

***Bibliografía sugerida:***

1. “Pitch anything” de Oren Klaff
2. “The Art of the Pitch” de Peter Coughter

Recursos Online:

1. <https://www.inc.com/jeff-haden/how-to-pitch-18-steps-to-create-and-deliver-a-winn.html>
2. [https://www.ted.com/talks/simon\\_sinek\\_how\\_great\\_leaders\\_inspire\\_action](https://www.ted.com/talks/simon_sinek_how_great_leaders_inspire_action)

***Acción 3: Lienzo del modelo de negocio (Modelo Business Canvas)***

***Objetivos:***

El objetivo del Business Model Canvas (BMC) es ayudar a las empresas a elaborar estrategias y tener todos los aspectos relevantes de un plan de negocios en una sola hoja de trabajo. Al construir un BMC, se verán obligados a pensar en los diferentes aspectos que harán que su negocio funcione. En este tema, los estudiantes:

- Comprender el lienzo del modelo comercial (BMC) y aplicarlo a su propio negocio
- Conocer las diferentes partes del BMC: infraestructura, ofertas, clientes y finanzas
- Identificar las diferentes partes del BMC para su propio negocio
- Construir su propio lienzo de modelo de negocio

***Resultados del aprendizaje***

Tareas	Competencias	Skills/habilidades	Conocimientos
--------	--------------	--------------------	---------------

<b>T1. Visión de conjunto del BMC</b>	<p>C1. Comprender qué es un lienzo de modelo de negocio (BMC)</p> <p>C1. Comprenda para qué es útil el BMC</p>	<p>S1. Reconocer un BMC y sus subpartes</p> <p>S2. Explica qué hace un BMC y cómo puede ayudar a un negocio</p>	<p>K1. Modelo Business Canvas</p>
<b>T2. Infraestructura</b>	<p>C1. Conozca el papel de los socios clave</p> <p>C2. Conozca cuáles son las actividades clave para una empresa</p> <p>C3. Aprenda lo que se entiende por recursos clave</p>	<p>S1. Defina el papel de los socios clave y nombre 2 o 3 socios clave relacionados con su propio negocio</p> <p>S2. Describa cómo se relacionan las actividades clave con el BMC y mencione 2 o 3 actividades clave relacionadas con su negocio</p> <p>S3. Definir qué recursos clave son y nombrar 2 o 3 recursos clave relacionados con su negocio</p>	<p>K1. Socios clave</p> <p>K2. Actividades clave</p> <p>K3. Recursos clave</p>
<b>T3. Ofertas</b>	<p>C1. Comprender qué es una propuesta de valor</p> <p>C2. Aplicar el concepto de Propuesta de valor a su propio negocio</p> <p>C3. Identifique los "dolores" resueltos y las "ganancias" creadas por un negocio o producto</p>	<p>S1. Definir el término 'propuesta de valor'</p> <p>S2. Distinga entre proposiciones de valor cuantitativas y cualitativas.</p> <p>S3. Definir y elaborar una propuesta de valor para su propio negocio</p>	<p>K1. Propuesta de valor</p> <p>K2. Pérdidas y ganancias</p>
<b>T4. Clientes</b>	<p>C1. Comprender el papel de las relaciones con los clientes en BMC</p> <p>C2. Conozca cómo los clientes están segmentados por criterios demográficos, sociales y de comportamiento.</p> <p>C3. Conozca los diferentes canales para distribuir la propuesta de valor de una manera rápida, eficiente y rentable.</p>	<p>S1. Describa cuáles son las relaciones con los clientes e identifique 2 o 3 relaciones importantes con los clientes para su negocio</p> <p>S2. Identificar segmentos de clientes para su propio negocio</p> <p>S3. Distinga las diferentes formas en que los clientes están segmentados</p> <p>S4. Enumera 3 canales a través de los cuales se puede distribuir una propuesta de valor</p> <p>S5. Identifique 2 canales a través de los cuales su negocio distribuirá su propuesta de valor</p>	<p>K1. Relaciones del cliente:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Asistente personal</li> <li>- Asistencia personal dedicada</li> <li>- Autoservicio</li> <li>- Servicios automatizados</li> <li>- Comunidades</li> <li>- Co-creación</li> </ul> <p>K2. Segmentos de clientes</p> <p>K3. Canales</p>
<b>T5. Finanzas</b>	<p>C1. Comprender que las estructuras de costes afectan la elección del modelo de negocio de una empresa</p>	<p>S1. Defina una estructura de costos y establezca una estructura de costes para su propio negocio</p>	<p>K1. Estructuras de costes</p> <p>K2. Tipos de estructuras comerciales</p>



	<p>C2. Discuta las diferentes estructuras de costes de un negocio</p> <p>C3. Indique y comprenda las características de las estructuras de costes y sus implicaciones</p> <p>C4. Exprese cómo una empresa genera ingresos de cada segmento de clientes.</p>	<p>S2. Distinga entre estructuras comerciales impulsadas por los valores y las basadas en los costes. Define qué estructura de costes tendrá su empresa.</p> <p>S3. Defina las diferentes características de las estructuras de costos: costes fijos, costos variables, economías de escala, economías de alcance. Aplique estos conceptos a su propia estructura de costes.</p> <p>S4. Enumerar 5 fuentes de ingresos para negocios.</p> <p>S5. Identificar las principales fuentes de ingresos para cada segmento de clientes de su negocio</p>	<p>K3. Características de las estructuras de costos:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Costes fijos</li> <li>- Costes variables</li> <li>- Economías de escala</li> <li>- Economías de alcance</li> </ul> <p>K4. Flujos de ingresos</p>
--	---	---	--

## Repositorio de certificación

Tareas	Conocimientos, Habilidades, Habilidad examinada	Métodos de evaluación	Criterios de evaluación
<b>T1 – Visión de conjunto del BMC</b>	<p><u>Conocimiento:</u> K1. Esquema de modelo de negocios</p> <p><u>Skills:</u> S1. Reconocer un BMC y sus subpartes S2. Explica qué hace un BMC y cómo puede ayudar a un negocio</p> <p><u>Habilidades:</u> C1. Comprender qué es un lienzo de modelo de negocio (BMC) C1. Comprenda para qué es útil el BMC</p>	Evaluación continua del conocimiento por preguntas del curso (método elegido por el capacitador): 5% de la calificación general	<p>El alumno responde las preguntas correctamente</p> <p>El alumno comunica la comprensión de los conceptos cubiertos en clase</p>
<b>T2 – Infraestructura</b>	<p><u>Conocimiento:</u> K1. Socios clave K2. Actividades clave K3. Recursos clave</p> <p><u>Skills:</u> S1. Defina el papel de los socios clave y nombre 2 o 3 socios clave relacionados con su propio negocio S2. Describa cómo se relacionan las actividades clave con el BMC y mencione 2 o 3 actividades clave relacionadas con su negocio S3. Definir qué recursos clave son y nombrar 2 o 3 recursos clave relacionados con su negocio</p> <p><u>Habilidades:</u> C1. Conozca el papel de los socios clave C2. Conozca cuáles son las actividades clave para una empresa C3. Aprenda lo que se entiende por recursos clave</p>	<p>Evaluación continua del conocimiento por preguntas del curso (métodos elegidos por el capacitador): 5% de la calificación general</p> <p>Tarea 1: desarrollar y presentar la sección 'Infraestructura' del BMC para su propio negocio: 20% de la marca global</p>	<p>El alumno responde las preguntas correctamente y demuestra comprensión de los conceptos de la sección</p> <p>La sección de infraestructura de BMC es integral y demuestra el aprendizaje de la clase</p> <p>El alumno identifica socios clave, recursos clave y actividades clave en su BMC</p>

<p><b>T3 - Ofertas</b></p>	<p><u>Conocimiento:</u>          K1. Propuesta de valor          K2. Dolores y ganancias</p> <p><u>Skills:</u>          S1. Definir el término 'propuesta de valor'          S2. Distinga entre proposiciones de valor cuantitativas y cualitativas.          S3. Definir y elaborar una propuesta de valor para su propio negocio</p> <p><u>Habilidades:</u>          C1. Comprender qué es una propuesta de valor          C2. Aplicar el concepto de Propuesta de valor a su propio negocio          C3. Identifique los "dolores" resueltos y las "ganancias" creadas por un negocio o producto</p>	<p>Evaluación continua del conocimiento por preguntas del curso (métodos en la elección del formador): 5% de la marca global</p> <p>Tarea 2: defina la propuesta de valor de su producto o servicio: 15% de la marca global</p>	<p>El alumno ha aprendido los conceptos y puede responder preguntas correctamente</p> <p>La propuesta de valor es integral y demuestra el aprendizaje de la clase.</p> <p>La propuesta de valor identifica al menos un alivio de dolor o una ganancia creada</p>
<p><b>T4 - Clientes</b></p>	<p><u>Conocimiento:</u>          K1. Relaciones del cliente          K2. Segmentos de clientes          K3. Canales</p> <p><u>Skills:</u>          S1. Describa cuáles son las relaciones con los clientes e identifique 2 o 3 relaciones importantes con los clientes para su negocio          S2. Identificar segmentos de clientes para su propio negocio          S3. Distinga las diferentes formas en que los clientes están segmentados          S4. Enumera 3 canales a través de los cuales se puede distribuir una propuesta de valor          S5. Identifique 2 canales a través de los cuales su negocio distribuirá su propuesta de valor</p> <p><u>Habilidades:</u>          C1. Comprender el papel de las relaciones con los clientes en BMC          C2. Conozca cómo los clientes están segmentados por criterios demográficos, sociales y de comportamiento.          C3. Conozca los diferentes canales para distribuir la propuesta de valor de una manera rápida, eficiente y rentable.</p>	<p>Evaluación continua del conocimiento por preguntas del curso (métodos elegidos por el capacitador): 5% de la calificación general</p> <p>Tarea 3: desarrollar y presentar la sección 'Clientes' del BMC para su propio negocio: 20% de la marca global</p>	<p>El alumno ha aprendido los conceptos y puede responder preguntas correctamente</p> <p>La sección 'Clientes' de BMC es completa y demuestra el aprendizaje de la clase</p> <p>El alumno identifica relaciones con clientes, segmentos de clientes y canales en BMC</p>

<p><b>T5 - Finanzas</b></p>	<p><u>Conocimiento:</u>          K1. Estructuras de costos          K2. Tipos de estructuras comerciales          K3. Características de las estructuras de costos          K4. Flujos de ingresos</p> <p><u>Skills:</u>          S1. Defina una estructura de costes y establezca una estructura de costes para su propio negocio          S2. Distinga entre estructuras comerciales impulsadas por los valores y las basadas en los costes. Defina qué estructura de costos tendrá su empresa.          S3. Defina las diferentes características de las estructuras de costos: costes fijos, costes variables, economías de escala, economías de alcance. Aplique estos conceptos a su propia estructura de costes.          S4. Enumerar 5 fuentes de ingresos para negocios.          S5. Identificar las principales fuentes de ingresos para cada segmento de clientes de su negocio</p> <p><u>Habilidades:</u>          C1. Comprender que las estructuras de costes afectan la elección del modelo de negocio de una empresa          C2. Discuta las diferentes estructuras de costes de un negocio          C3. Indique y comprenda las características de las estructuras de costes y sus implicaciones          C4. Exprese cómo una empresa genera ingresos de cada segmento de clientes.</p>	<p>Evaluación continua del conocimiento por preguntas del curso (métodos elegidos por el capacitador): 5% de la calificación general</p> <p>Tarea 4: desarrollar y presentar la sección 'Finanzas' del BMC para su propio negocio: 20% de la marca global</p>	<p>El alumno ha aprendido los conceptos y puede responder preguntas correctamente</p> <p>La sección 'Clientes' de BMC es completa y demuestra el aprendizaje de la clase</p> <p>El estudiante identifica estructuras de costos y flujos de ingresos en su BMC</p>
-----------------------------	--	---	---

***Lecturas sugeridas:***

1. “Business Model Generation” de Alexander Osterwalder and Yves Pigneur

***Materiales online:***

1. <https://strategyzer.com/canvas/business-model-canvas>



Contexto	Criterios de evaluación
<p>Contexto educativo:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- 24 horas de entrenamiento</li> <li>- 24 horas de trabajo del estudiante fuera del entrenamiento</li> <li>- Provisión de recursos materiales: aula, proyector de video, equipo de audio</li> <li>- Materiales de enseñanza: plan y resumen de lecciones, presentaciones de PowerPoint, plantillas de tareas</li> </ul> <p>Contexto informativo:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Cursos online</li> <li>- Textos obligatorios</li> <li>- Textos suplementarios</li> </ul> <p>Contexto tecnológico:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Acceso a Internet</li> <li>- Acceso a la plataforma de e-learning y herramientas de comunicación</li> </ul> <p>Contexto gerencial:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Alternancia de cursos académicos</li> </ul> <p>Contexto relacional:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Relación con clientes, realización de entrevistas con clientes</li> <li>- Relación con otras empresas con experiencia en validación de mercado, lanzamiento y construcción de un BMC</li> </ul>	<p>Criterios de evaluación:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Conocimiento y comprensión del estudiante de los conceptos cubiertos, medido con exámenes y preguntas en clase</li> <li>- Capacidad del alumno para aplicar conceptos aprendidos a un negocio de la vida real, medidos con tareas y proyectos</li> </ul> <p>Criterio de desempeño:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Posibilidad de realizar tareas asignadas</li> <li>- Participación en clase</li> <li>- Habilidades de trabajo en equipo</li> <li>- Capacidad de abstracción</li> <li>- Habilidades de comunicación y presentación</li> <li>- Capacidad de análisis crítico</li> </ul> <p>Esperado:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Actitud positiva hacia el aprendizaje</li> <li>- Proactividad</li> <li>- Curiosidad</li> </ul> <p>Resultados previstos:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Obteniendo 6 créditos</li> <li>- Adopción de nuevas herramientas y habilidades para negocios propios. Indicador: producción estudiantil de BMC, pitch deck y entrevistas con clientes</li> <li>- Satisfacción del alumno con los aprendizajes obtenidos (medidos con la evaluación de final del curso)</li> </ul>

## 9.Course 3: Oportunidades de financiación de la UE para empresas

### *Objetivo*

El objetivo global de este conjunto de temas es proporcionar un conocimiento completo del sistema institucional de la UE y de su proceso de toma de decisiones. El objetivo es proporcionar a los estudiantes las herramientas principales sobre los marcos institucionales y financieros europeos y la financiación de la UE. En particular, los estudiantes adquirirán las competencias y las habilidades para escribir y gestionar un proyecto europeo, por ejemplo, cómo responder a una convocatoria de propuestas, editar la estructura del proyecto, crear una asociación y crear un plan presupuestario.

### *Estructura del syllabus*

Nueve unidades de resultados de aprendizaje (2 unidades para 2 habilidades bloqueadas)

Duración del entrenamiento: 60h

3 créditos de aprendizaje - Nivel EQF V

Bloque de habilidades A1 - 1 crédito / 20h - Comprender cómo funciona la UE

Bloque de habilidades A2 - 2 créditos / 40h - Oportunidades para las empresas en el marco europeo

### *Acción 1: - Cómo funciona la EU*

#### *Objetivos:*

- Ofrecer un conocimiento básico sobre la historia de la UE y los Tratados;
- Aprender qué son la UE y sus principales instituciones;
- Aprender qué es el mercado interno y sus beneficios;
- Comprender el presupuesto de la UE y los programas principales

### Resultados del aprendizaje

Tareas	Competencia	Skills	Conocimientos
<b>Esencial</b>	<p>C1- Reconocer los principales pasos del proceso de integración de la UE en el marco histórico internacional</p> <p>C2 - Conocer los Tratados de la UE desde la CECA de 1951 hasta el Tratado de Lisboa de 2009</p>	<p>S1. Describa el proceso histórico de integración de la UE</p> <p>S2. Distinguir las principales características de los Tratados de la UE</p>	<p>K1. Proceso de integración histórica de la UE</p> <p>K2. Los principales tratados de la UE</p>
<b>T2. Instituciones de UE</b>	<p>C1. Distinguir las instituciones de la UE y sus procesos de toma de decisiones</p> <p>C2. Reconocer la relación entre las instituciones europeas</p>	<p>S1. Definir las instituciones de la UE</p> <p>S2. Describe el proceso de toma de decisiones</p> <p>S3. Definir la relación entre las instituciones de la UE</p>	<p>K1. Las instituciones de la UE y las diferencias entre ellos</p> <p>K2. Relación entre las instituciones de la UE</p> <p>K3. Proceso de toma de decisiones</p>
<b>T3. Mercado interior de la UE y presupuesto de la UE</b>	<p>UE IC1. Comprender el camino histórico hacia la creación del mercado interno de la UE</p> <p>C2. Reconocer los beneficios y los límites del mercado interno</p> <p>C3. Comprender el sistema presupuestario de la UE</p> <p>C4. Explicar los principales programas de financiación de la UE</p>	<p>S1. Definir los pasos clave de la creación histórica del mercado interno</p> <p>S2. Explicar cómo funciona el mercado interno y los principales actores involucrados</p> <p>S3. Describir el presupuesto de la UE y su composición</p> <p>S4. Delinear las diferencias de los programas de financiación de la UE.</p>	<p>K1. Mercado interno</p> <p>K2. Presupuesto de la UE</p> <p>K3. Programas de financiación de la UE</p>



Contexto de recursos	Evaluación
<p><b>Contexto educativo:</b>            20 horas de enseñanza;            Metodología "Aprender haciendo";            Material didáctico: presentación en PowerPoint, lecciones resumen;</p> <p><b>Contexto gerencial</b>            Cursos académicos, después del ejercicio en grupo de trabajo y trabajo individual;</p> <p><b>Contexto de la información:</b>            Curso por Internet;            Bibliografía producida por CCBI y publicación de la UE</p> <p><b>Contexto tecnológico</b>            Acceso a Internet;            Software de oficina;            Comunicación: software de chat, navegador.</p>	<p>Criterios de evaluación:            - Apropiación por parte de los alumnos del conocimiento identificado</p> <p>Criterio de desempeño            - Capacidad de síntesis</p> <p>Resultados previstos            - Obteniendo 1 crédito            - Satisfacción del alumno (cuestionario de evaluación)</p> <p>Indicador: grado de satisfacción de los alumnos (Muy satisfecho - Moderadamente satisfecho - No satisfecho)</p>

## ***Acción 2: Oportunidades para las empresas en el marco europeo***

### ***Objetivos:***

- Comprender la diferencia entre fondos directos e indirectos;
- Comprender qué es una oferta de la UE y los beneficios;
- Expresar las diferencias entre ofertas y proyectos;
- Saber cómo solicitar una oferta y proyectos
- Comprender quién es el gerente de proyecto del euro y el rol;
- Aprender la gestión del ciclo del proyecto;
- Desarrollar una estructura de idea de proyecto;
- Saber cómo construir una asociación;

- Borrador de un proyecto.

### **Resultados del aprendizaje**

<b>Tareas</b>	<b>Competencias</b>	<b>Skills</b>	<b>Conocimientos</b>
<b>T1. Oportunidades de financiación europea: licitaciones y proyectos</b>	<p>C1. Explica qué es una licitación europea y describe sus características y ventajas</p> <p>C2. Explica qué es un proyecto europeo y describe sus características y ventajas</p>	<p>S1. Identificar una oferta y comprender las características de las licitaciones europeas</p> <p>S2. Identificar una propuesta y comprender los beneficios y oportunidades de un proyecto</p> <p>S3. Reconocer la diferencia entre una oferta y un proyecto</p>	<p>K1. Licitaciones europeas y sus características y ventajas</p> <p>K2. Propuestas y características europeas</p> <p>K3. Principales diferencias entre licitaciones y proyectos</p>
<b>T2. La gestión del ciclo del proyecto</b>	<p>C1. Definir quién es el gerente del proyecto euro</p> <p>C2. Explicar el concepto de gestión del ciclo y sus características</p> <p>C3. Analiza los documentos</p>	<p>S1. Describe el rol del gerente de proyecto</p> <p>S2. Delinear las principales características de la gestión del ciclo del proyecto</p> <p>S3. Identificar los documentos principales</p>	<p>K1. Gerente de proyecto</p> <p>K2. Ciclo del proyecto</p> <p>K3. Importancia de los documentos</p>
<b>T3 - El marco lógico</b>	<p>C1. Explicar la estructura de la idea del proyecto</p> <p>C2. Comprender cómo construir una red</p> <p>C3. Aprende a crear una sociedad</p> <p>C4. Adquirir las habilidades de redacción y edición del proyecto</p>	<p>S1. Describe la estructura de la idea del proyecto</p> <p>S2. Definir los pasos para construir una red</p> <p>S3. Demostrar habilidad para desarrollar una sociedad</p> <p>S4. Desarrollar una idea de proyecto</p>	<p>K1. Estructura de idea del proyecto</p> <p>K2. Concepto de red</p> <p>K3. Concepto de asociación</p> <p>K4. Editar y dibujar una idea de proyecto</p>
<b>T4 - Internacionalización de la empresa</b>	<p>C1. Comprender cómo internacionalizar una empresa</p>	<p>S1. Identificar los actores y herramientas para internacionalizar un negocio</p>	<p>K1. Internacionalización</p>

Contexto de recursos	Evaluación
<p><b>Contexto educativo:</b>  <b>40 horas de enseñanza;</b>  <b>Metodología "Aprender haciendo";</b>  <b>Material didáctico: presentación en PowerPoint, lecciones resumen;</b></p> <p><b>Contexto gerencial</b>  <b>Cursos académicos, después del ejercicio en grupo de trabajo y trabajo individual;</b></p> <p><b>Contexto de la información:</b>  <b>Curso por Internet;</b>  <b>Texto;</b>  <b>Bibliografía producida por CCBI y publicación de la UE</b></p> <p><b>Contexto tecnológico</b>  <b>Acceso a Internet;</b>  <b>Software de oficina;</b>  <b>Comunicación: software de chat, navegador.</b></p> <p><b>Contexto de relación</b>  <b>Reunión con expertos;</b>  <b>Ejercicio práctico.</b></p>	<p>Criterios de evaluación:          - Apropiación por parte de los alumnos del conocimiento identificado</p> <p>Criterio de desempeño:          - Capacidad de síntesis          - Capacidad de comunicación escrita          - Capacidades de análisis crítico</p> <p>Esperado:          - Motivación          - Proactividad          - Espíritu de equipo</p> <p>Resultados previstos:          - Obteniendo 2 créditos          - Tener las capacidades para participar en un proyecto europeo          - Satisfacción del alumno probada por un cuestionario.          - Indicador: (muy satisfecho - moderadamente satisfecho - no satisfecho)</p>

## Certificación

### Actividad 1 – Cómo funciona la UE

Tareas	Conocimientos, Habilidades, Habilidad examinada	Métodos de evaluación	Criterios de evaluación
T1. Historia de la UE y Tratados	<p><u>Conocimiento:</u>            K1. Proceso de integración histórica de la UE            K2. Los principales tratados de la UE</p> <p><u>Skills:</u>            S1. Reconocer los principales pasos del proceso de integración de la UE en el marco histórico internacional            S2. Conocer los Tratados de la UE desde la CECA de 1951 hasta el Tratado de Lisboa de 2009</p> <p><u>Habilidades:</u>            A1. Describa el proceso histórico de integración de la UE</p>	Para T1 + T2 + T3: preguntas abiertas y cuestionarios de opción múltiple: 40% de la marca global	Apropiación por parte de los estudiantes del conocimiento identificado; claridad en la presentación, argumentación  Trabajo de aprendizaje: diligencia; capacidad de sintetizar, investigación y análisis documental

	<p>A2. Distinguir las principales características de los Tratados de la UE</p>		
<p>T2. Instituciones de la UE</p>	<p><u>Conocimiento:</u>          K1. Las instituciones de la UE y las diferencias entre ellos          K2. Relación entre las instituciones de la UE          K3. Proceso de toma de decisiones</p> <p><u>Skills:</u>          S1. Distinguir las instituciones de la UE y sus procesos de toma de decisiones          S2. Reconocer la relación entre las instituciones europeas</p> <p><u>Habilidades:</u>          A1. Definir las instituciones de la UE          A2. Describe el proceso de toma de decisiones          A3. Definir la relación entre las instituciones de la UE</p>		
<p>T3. Mercado interior y presupuesto de la UE</p>	<p><u>Conocimiento:</u>          K1. Mercado interno          K2. Presupuesto de la UE          K3. Programas de financiación de la UE</p> <p><u>Skills:</u>          S1. Comprender el camino histórico hacia la creación del mercado interno en la UE          S2. Reconocer los beneficios y los límites del mercado interno          S3. Explicar los principales programas de financiación de la UE</p> <p><u>Habilidades:</u>          A1. Definir los pasos clave de la creación histórica del mercado interno          A2. Explicar cómo funciona el mercado interno y los principales actores involucrados          A3. Describa las diferencias de los programas de financiación de la UE</p>		

## Actividad 2 - Oportunidades para las empresas en el marco europeo

Tareas	Conocimientos, Habilidades, Habilidad examinada	Métodos de evaluación	Criterios de evaluación
<b>T1. Oportunidades de financiación europea: licitaciones y proyectos</b>	<p><u>Conocimiento:</u>            K1. Licitaciones europeas y sus características y ventajas            K2. Propuestas y características europeas            K3. Principal diferencia entre licitaciones y proyectos</p> <p>+</p> <p><u>Skills:</u>            S1. Explica qué es una licitación europea y describe sus características y ventajas            S2. Explica qué es un proyecto europeo y describe sus características y ventajas</p> <p><u>Habilidades:</u>            A1. Identificar una oferta y comprender las características de las licitaciones europeas            A2. Identificar una propuesta y comprender los beneficios y oportunidades de un proyecto            A3. Reconocer la diferencia entre una oferta y un proyecto</p>	<p>Cuestionario de opción múltiple y preguntas abiertas:            15% de la marca global</p> <p>-Realización de un archivo para analizar los documentos clave;            investigación de bases de datos;</p>	<p>Apropiación por parte de los estudiantes del conocimiento identificado;</p> <p>-Trabajo de aprendices: diligencia; capacidad de sintetizar, investigación y análisis documental;</p> <p>-Master el aspecto técnico del proyecto y administrar el tiempo;</p> <p>-Posibilidad de presentar un proyecto, presentando el tema con claridad, respetando un plan organizado y explícito.</p>
<b>T2. La gestión del ciclo del proyecto</b>	<p><u>Conocimiento:</u>            K1. Gerente de proyecto            K2. Ciclo del proyecto            K3. Importancia de los documentos</p> <p><u>Skills</u></p>	<p>Preguntas abiertas y cuestionario de opción múltiple;</p> <p>20% de la marca global;</p>	

	<p>S1. Definir quién es el gerente del proyecto euro          S2. Explicar el concepto de gestión del ciclo y sus características          S3. Analiza los documentos</p> <p><u>Habilidades:</u>          A1. Describe el rol del gerente de proyecto          A2. Reconocer las principales características de la gestión del ciclo del proyecto          A3. Identificar los documentos principales</p>	<p>Realización de un archivo para analizar los documentos principales, búsqueda de bases de datos;          Edición y redacción de proyectos</p>	
<p><b>T3. El marco lógico</b></p>	<p><u>Conocimiento:</u>          K1. Estructura de idea del proyecto          K2. Concepto de red          K3. Concepto de asociación          K4. Editar y dibujar una idea de proyecto</p> <p><u>Skills:</u>          S1. Explicar la estructura de la idea del proyecto          S2. Comprender cómo construir una red          S3. Aprende a crear una sociedad          S4. Adquirir las habilidades de redacción y edición del proyecto</p> <p><u>Habilidades:</u>          A1. Describe la estructura de la idea del proyecto          A2. Definir los pasos para construir una red          A3. Demostrar habilidad para desarrollar una sociedad          A4. Prepare una idea de proyecto</p>	<p>Preguntas abiertas y cuestionario de opción múltiple;          Realización de un archivo para analizar los documentos principales, búsqueda de bases de datos;          Edición y redacción de una idea de proyecto;          Lista de posibles socios para el proyecto;          20% de la marca global</p>	

<b>T4. Internacionalización de la empresa</b>	<u>Conocimiento:</u> K1. Internacionalización  <u>Skills:</u> S1. Comprender cómo internacionalizar una empresa  <u>Habilidades:</u> A1. Identificar los actores y herramientas para internacionalizar un negocio	Enumerar actores y herramientas adecuados y adecuados para internacionalizar la empresa;  Realización de un archivo para analizar los documentos clave, búsqueda de bases de datos;  5% de la marca global	
---	--	--	--

## 10. Curso 4: Ecosistemas emprendedores

### *Presentación*

Los ecosistemas empresariales se definen como un conjunto de actores interdependientes y factores coordinados de tal forma que permiten el emprendimiento productivo dentro de un territorio particular.

### *Objetivos del entreno*

- Sensibilizar sobre el papel socioeconómico del emprendimiento en el territorio, ya que esta es la clave del dinamismo de una región
- Comprender los sistemas de interacción entre los diferentes actores dentro de un ecosistema
- Identificar los vínculos que una empresa o un emprendedor desarrollará con los diversos grupos de interés y las redes de un entorno empresarial.
- Cómo promover el surgimiento de un ecosistema emprendedor y su uso por parte de la empresa
- Comprender las relaciones entre ecosistemas y conceptos afines, como distritos industriales, clusters y sistemas de innovación.



## Bloque 1: crear y desarrollar su negocio en un contexto de ecosistema emprendedor

### *Acción 1: Conocer el concepto del ecosistema emprendedor*

Actividad	Tareas	Competencias	Skills	Conocimientos	Descripción
<p>CONDICIONES DEL MARCO</p> <p>Actividad 1: Conocer el concepto de un ecosistema emprendedor</p> <p>Comprender las analogías con un ecosistema biológico</p>	T1 - Definición de ecosistema emprendedor	<p>C1 - Historia del concepto de ecosistemas emprendedores</p> <p>C2 - Conocer las ideas fundamentales detrás de los ecosistemas empresariales que se desarrolló por primera vez en las décadas de 1980 y 1990 como parte de un cambio en los estudios empresariales lejos de la investigación individualista basada en la personalidad hacia una perspectiva más amplia que incorporaba el papel de las fuerzas sociales, culturales y económicas en el proceso de emprendimiento</p> <p>C3 - Ser capaz de identificar a todos los actores del ecosistema: escuelas, universidades, inversores, bancos, centros de investigación, autoridades locales, fundaciones privadas, etc.</p> <p>C4 - Conocer las principales condiciones clave que definen un ecosistema</p>	<p>S1 - Mida el capacidad del propietario de un negocio en integrarse en una red para beneficiarse de las economías de escala, combinado con la flexibilidad y el dinamismo empresarial</p> <p>S2 - Saber elegir un ecosistema emprendedor de acuerdo a su actividad (realizar un benchmark de los ecosistemas):</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Ecosistema de inicio</li> <li>• Ecosistema de emprendimiento basado en la universidad</li> <li>• Clúster empresarial</li> <li>• Economías de aglomeración</li> <li>• Red de innovación colaborativa</li> <li>• Coworking</li> <li>• Sistema de innovación</li> <li>• Capital de riesgo</li> </ul> <p>S3 Medir la importancia del contexto social dentro de un ecosistema emprendedor</p> <p>S4 - Análisis de factibilidad del proyecto</p>	<p>K1 - Definición de un sistema emprendedor</p> <p>K2 - Los principales pensadores y teóricos del ecosistema emprendedor: Harvard Business Review, Daniel Isenberg, Spigel, Stam, Wong, Freeman &amp; Audia, etc.</p> <p>K3 - Factores de éxito para un ecosistema emprendedor:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• adaptase a su propio entorno único</li> <li>• operar en un entorno con obstáculos burocráticos reducidos en el que las políticas gubernamentales respaldan las necesidades únicas de los empresarios y tolera las empresas fallidas</li> <li>• alienta activamente e invita a los financieros a participar en nuevas empresas, se refuerza, no se crea desde cero, por el gobierno, organizaciones académicas o comerciales</li> <li>• es relativamente libre de, o es capaz de cambiar los</li> </ul>	<p>Interpretación biológica: la interpretación biológica de este concepto en el que la interacción de los organismos vivos con su entorno físico está en el centro, obviamente, no debe tomarse demasiado literalmente. Por el contrario, el enfoque del ecosistema emprendedor enfatiza que el emprendimiento tiene lugar en una comunidad de actores interdependientes</p> <p>Un ecosistema emprendedor se compone de varios elementos, actores o dominios que interactúan, cada uno de los cuales incluye subelementos que dentro de una región o territorio influyen en la capacitación y el desarrollo de empresarios y empresas innovadoras.</p> <p>Un ecosistema de puesta en marcha es un tipo particular de ecosistema emprendedor (una start-up es una organización temporal cuya misión es buscar un modelo de negocios</p>

		<p>C5 Promover una actividad emprendedora, un proceso mediante el cual los individuos crean oportunidades o estructuras que fomentan la innovación: nuevas empresas, patentes, etc.</p> <p>C6 - Conocer y distinguir entre diferentes tipos de negocios de ecosistemas emprendedores, y especialmente en mercados y fallas de mercado, a una nueva visión económica sobre personas, redes e instituciones.</p>	<p>Habilidades específicas para un emprendedor (futuro):</p> <p>S1 - Capacidad de tener en cuenta las prioridades, la complejidad de las situaciones, los riesgos diarios y enfrentar lo imprevisto</p> <p>S2 - Actuar favorablemente en el clima relacional buscando reducir las tensiones, prevenir y participar en la superación de conflictos, acompañar el cambio</p> <p>S3 - Proponer métodos de trabajo adaptados al contexto, teniendo en cuenta la organización como un todo, gestionando archivos que requieren versatilidad</p>	<p>prejuicios culturales contra el fracaso o la operación de un negocio</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• promueve los éxitos, que a su vez atraen nuevas empresas</li> <li>• se apoya en el diálogo entre varias de las partes interesadas en el emprendimiento</li> </ul> <p>K4 - los diferentes ecosistemas emprendedores, por ejemplo, los ecosistemas específicos de una rama de la industria. (ejemplo BioRegio en Alemania en el campo de las ciencias de la vida)</p> <p>K5 - Historias de éxito: Silicon Valley, Ecosistema de emprendimiento del MIT, Londres, Nueva York, Toronto, Taiwán, Israel, Irlanda ...</p>	<p>para explotar una oportunidad en un contexto incierto)</p>
--	--	--	--	--	---

### ***Acción 2: El mercado– Marketing***

Actividad	Tareas	Competencias	Skills	Conocimientos	Descripción
<p><b>CONDICIONES DEL MARCO</b></p> <p><b>Actividad 2</b> Teniendo en cuenta su entorno local y la evolución del mercado, implemente acciones comerciales y operaciones de marketing para</p>	<p>T2 - Mercados nacionales importantes</p> <p>T3 - Importantes mercados extranjeros</p>	<p>C1: saber que el enfoque del ecosistema emprendedor contiene un cambio del pensamiento económico tradicional sobre las empresas, y especialmente sobre los mercados y las fallas del mercado, a una nueva visión económica sobre las personas, las redes y las instituciones.</p> <p>C2 Capacidad para analizar de forma relevante el contexto y la situación de la empresa en su mercado</p>	<p>S1 - Los ecosistemas emprendedores son dinámicos. Las nociones de mercado y falla estructural son esencialmente estáticas: existen o no. Los servicios ecosistémicos emprendedores se crean conjuntamente en interacciones dinámicas entre sus partes interesadas</p> <p>S2 - Entrar o crear un mercado es una cuestión de estrategia, ya sea que el emprendedor lo reconozca o no.</p>	<p>K1: accesibilidad y capacidad de respuesta del mercado</p> <p>K2 - Acceso a clientes en mercados nacionales y extranjeros</p> <p>K3 - Importancia de la propiedad intelectual y la protección de patentes</p> <p>K4 - Análisis de tendencia de mercado</p> <p>K5 - Inteligencia comercial y competitiva</p>	

<p>impulsar las ventas respetando la imagen de la marca o marca</p>		<p>C3 - Capacidad de analizar el mercado con propuestas razonadas y desarrollo empresarial relevante</p> <p>C4 - Poder proponer una estrategia de desarrollo de la empresa</p> <p>C5 - Implementar un enfoque de calidad dentro de la empresa</p> <p>C6 - Capacidad de monitorear el mercado de negocios para prácticas, productos, regulaciones y actividades comerciales</p>	<p>S3 - Mida el potencial de los clientes que pueden dar su opinión sobre productos o servicios innovadores</p>	<p>K6 - Monitoreo de la evolución del mercado empresarial</p> <p>K7 - la estrategia comercial y su implementación</p> <p>K8 - Técnicas de lealtad</p> <p>K9 - Identificación de fuentes de información relevantes</p>	
---	--	--	---	---	--

### ***Acción 3: La cultura corporativa***

Actividad	Tareas	Competencias	Skills	Conocimientos	Descripción
CONDICIONES DEL MARCO	T1 - Tolerancia al riesgo y fracaso	C1 - Conozca los conceptos básicos de la cultura corporativa	A1: fomentar una cultura que tolera el error, el fracaso, la asunción de riesgos y la contradicción, que considera el emprendimiento como una opción de vida positiva	K1 - El desarrollo de una densa red de relaciones entre los diferentes actores	Un ecosistema abierto acepta fácilmente nuevos miembros, permite el intercambio de información entre los miembros y respalda la diversidad dentro de ellos.
Actividad 3: Ser capaz de definir y crear una cultura corporativa específica de acuerdo con la estrategia y los objetivos de la empresa	T2: referencia para el autoempleo	C2 - Identificar valores y comportamientos que facilitan el buen funcionamiento del negocio	S2 - Promover el intercambio de experiencias: las personas exitosas reinvierten su tiempo, dinero y experiencia para alentar y apoyar nuevas actividades empresariales	K2: una cultura corporativa específica que unifica a todos los interesados	el acceso a lugares de vida y trabajo asequibles es esencial para el desarrollo de un ecosistema emprendedor.
	T3: historias de éxito / modelos a seguir	C3 - Poder escribir un proyecto empresarial especificando los objetivos generales, los valores, la filosofía de la empresa y al mismo tiempo afirmar su identidad	S3 - Fomentar la diversidad ofreciendo una amplia variedad de programas y proyectos que atraerán una diversidad de empresarios, géneros y diferentes niveles	K3 - Educación para el emprendimiento	Una alta densidad de empresarios es relevante porque crea una dinámica para los empresarios establecidos, proporciona puntos de acceso para los nuevos miembros del ecosistema y fomenta el intercambio de información.
	T4-Programas de investigación, educación y apoyo				
	T5 - Imagen positiva del emprendimiento				
	T6 - Celebración de la innovación				

### **Acción 4: Educación y entrenamiento**

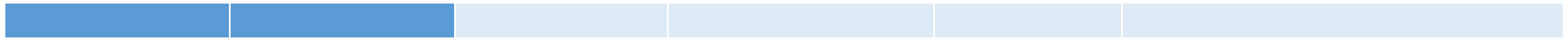
Actividad	Tareas	Competencias	Skills	Conocimientos	Descripción
<b>CONDICIONES SISTÉMICAS</b>  <b>Actividad 4: Conocer la importancia de la educación y la capacitación</b>	<b>T1 - Educación preuniversitaria</b>  <b>T2 - Educación universitaria</b>  <b>T3 - Entrenamiento específico del emprendedor</b>	C1 - Conozca el proceso de contratación  C2 - Enmarque la necesidad y defina la posición y el perfil del candidato  C3 - Sepa cómo configurar una estrategia de búsqueda de candidatos	S1 - identificar las instituciones / universidades de alto nivel que impulsan la innovación a través de la promoción de la investigación  S2 Identificar los centros de formación empresarial y fomentar la creación de nuevas empresas	K1 - Proximidad a centros universitarios / escuelas de negocios, centro de investigación	Una empresa de nueva creación requiere conocimientos variados y aprender a manejar recursos típicamente severos restricciones  El conocimiento emprendedor es crucial. El conocimiento sobre el proceso de emprendimiento se comparte entre empresarios y mentores a través de redes sociales informales, organizaciones de emprendimiento y cursos de capacitación ofrecidos.

### **Acción 5: Mecanismos de apoyo**

Actividad	Tareas	Competencias	Skills	Conocimientos	Descripción
<b>CONDICIONES SISTÉMICAS</b>  <b>Actividad 5: conocer los principales actores y dispositivos para apoyar a las empresas</b>	<b>T1 - Mentors / advisors</b> <b>Servicios profesionales</b> <b>Incubadoras / aceleradores / Espacios de trabajo compartido</b> <b>Red de pares emprendedores</b>  <b>T2 - talento técnico</b>  <b>T3 - Disponibilidad de externalización</b>  <b>T4: acceso a mano de obra inmigrante</b>  <b>T5 - Experiencia empresarial emprendedora: gobernanza - Networking - Mentoría</b>	<b>C1: saber con quién obtener ayuda para iniciar un negocio</b>  Capital privado  Capital de riesgo  Inversores de ángeles  Acceso a la deuda / préstamos	<b>S1 - Identificar líderes públicos que promuevan el emprendimiento y los emprendedores</b>  <b>S2 - Identificar gobiernos / administraciones que promuevan instituciones relacionadas con el emprendimiento y mitigar las barreras legislativas</b>  <b>S3 - Conoce a los principales actores y dispositivos para ayudar a iniciar un negocio</b>	<b>K1 - Existencia de programas de capacitación, conferencias, seminarios → educación informal</b>  <b>K2 - Presencia de redes de expertos en diferentes campos</b>  <b>K3 Existencia de programas gubernamentales que promueven el desarrollo económico local</b>  <b>K4 - Calidad de vida en el territorio</b>  <b>S5 - los diferentes ayudantes:</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>•Apoyo social</li> <li>•Ayudas fiscales</li> <li>•Ayuda financiera</li> <li>•Ayuda para información y apoyo</li> <li>•Redes de soporte para la creación</li> </ul>	Variedad de tipos de apoyo comercial: instituciones gubernamentales y no gubernamentales, incubadoras, espacios de trabajo conjunto, entrenamiento  Los empresarios apoyan la internacionalización de los negocios  La presencia de un clúster de tecnología beneficia significativamente al emprendimiento  Las empresas más innovadoras tienen una influencia positiva en otros innovadores locales, aunque a menudo con un retraso de tiempo

## Acción 6: Infraestructura y Marco Regulatorio de Infraestructura

Actividad	Tareas	Competencias	Skills	Conocimientos	Descripción
CONDICIONES DEL MARCO	T1 - Incentivos fiscales	C1 - Comprender que las condiciones marco consisten en las condiciones sociales (informales e institucionales) y físicas que permiten o limitan la interacción humana.	S1: sepa cómo tener en cuenta la importancia de las infraestructuras existentes: telecomunicaciones, transporte, energía, presencia cerca de incubadoras, parques empresariales, etc.	K1 - Las políticas y regulaciones son un factor principal que puede influir en el papel de otros elementos del ecosistema	La proximidad geográfica ayuda en términos de adquisición de conocimiento y creación de vínculos de colaboración en startups. En etapas tempranas y con relaciones externas menos desarrolladas, la proximidad geográfica es particularmente importante para la adquisición de conocimiento, mientras que su importancia puede disminuir con el tiempo a medida que crece la capacidad de la empresa para invertir en investigación y desarrollo.
Actividad 6: Infraestructura	T2 - Acceso al transporte	C2: Comprenda que las condiciones sistémicas son el corazón del ecosistema e incluyen redes de empresarios, liderazgo, finanzas, talento, conocimiento y servicios de apoyo.	S2 - Mide el énfasis del sector público en el espíritu empresarial		La aglomeración, especialmente en los medios urbanos, facilita la legitimación de nuevas empresas, descubre oportunidades de mercado y aprovecha un mercado laboral flexible. Por ejemplo, las empresas multinacionales crean oportunidades para los servicios de negocios intensivos en conocimiento a su alrededor.
Asegurar el apoyo público	T3 - Acceso a la infraestructura básica (agua, electricidad, telecomunicaciones / Internet ...)		S3 - Saber cómo limitar la fuga de cerebros		La aglomeración también puede facilitar el desarrollo de productos orientados al mercado, mientras que la colaboración interregional suele ser más importante para las innovaciones basadas en la ciencia.
Conozca las políticas locales en la asistencia para el desarrollo empresarial	T4: amigable para los negocios legislación / políticas		S4 - Identificar empresas exitosas que actúen como modelos a seguir, dinamicen la investigación científica y apoyen el emprendimiento local a través de iniciativas específicas		La densidad de negocios en un territorio / región específico crea economías de escala a través de los servicios especializados y grupos de talentos necesarios para el crecimiento del negocio.
Marco regulatorio e infraestructuras	T5 - Infraestructura física		S5 - Tener en cuenta los futuros cambios sociales		"Danos espacio para experimentar, para engañarnos en lugar de matarnos con todo tipo de prohibiciones, obligaciones y acusaciones"
Política gubernamental			S6 - Capacidad de utilizar los recursos digitales del sistema de información de la empresa)		"un espacio para experimentar en lugar de nosotros con toda clase de prohibiciones, obligaciones y acusaciones "" Danos espacio para experimentar, para engañarnos en lugar de matarnos con todo tipo de interdiciones, obligaciones y acusaciones "





### ***Action 7: Disponibilidad de capital humano / mano de obra***

	Tareas	Competencias	Skills	Conocimientos	Descripción
<b>CONDICIONES SISTÉMICAS</b>  Actividad 7: Know Manager Recursos humanos Disponibilidad de capital humano / mano de obra	T1 - Talento de gestión  T2 - talento técnico  T3 - Disponibilidad de externalización  T4: acceso a mano de obra inmigrante  T5 - Experiencia de empresa entrepreneurial: gobernanza - Networking - Mentoría	C1 - ¿Cómo conservar el capital humano? ¿Cómo atraer talento?  C2 - Sepa cómo administrar continuamente un flujo de talento.	S1 - Fomentar la cultura emprendedora	K1 - el papel del empresario en el capital humano - todos los actores que trabajan con el gerente de la compañía - la puesta en común de habilidades y diferentes individualidades  K2 - Entrenamiento existente: Team-Building, coaching individual o en equipo, mentoring, relajación / bienestar, etc.	Los resultados de la innovación a menudo se refieren a la propiedad intelectual que puede explotarse de diferentes maneras.  Saber-cómo: necesitamos ingenieros, desarrolladores, diseñadores, vendedores, administradores, gerentes ... toda la gente que necesitamos para el lanzamiento y crecimiento de empresas innovadoras

## Action 8: Funding and Finance

Actividad	Tareas	Competencia	Skills	Conocimientos	Descripción
CONDICIONES SISTÉMICAS  Actividad 8: saber cómo identificar y movilizar las diferentes fuentes de financiación de la empresa	Amigos y familia  Capital privado  Capital riesgo  Inversores de ángeles  Acceso a la deuda / préstamos	C1 - Conocer las diferentes fuentes de inversión, los recursos financieros externos y saber cómo implementar una decisión de inversión	S1 - Ubicar inversores privados y facilitar la detección de proyectos y el acceso de empresarios a fondos de financiación	K1 - La participación de bancos e inversores en la economía local  K2 - El papel de los ángeles de los negocios  K3 - Los diferentes modos de financiación de las empresas con alto potencial según su desarrollo: <ul style="list-style-type: none"> <li>• concurso</li> <li>• ayudas</li> <li>• incubadoras</li> <li>• crowdfunding</li> <li>• business angels</li> <li>• capital riesgo</li> </ul> K4 - Métodos de financiación tradicionales: Autofinanciamiento Aumento de capital Uso del préstamo Arrendamiento Financiamiento del ciclo operativo (FDR) Competiciones bancarias Crédito comercial	Capital: por definición, no se pueden lanzar nuevos negocios sin dinero e infraestructura relevante => capital invertido en activos tangibles

Contexto	Criterios de evaluación
<p>Recursos</p> <p>Webografía            Bibliografía            Curso por Internet            Intercambio de buenas prácticas / testimonios con empresarios            Guía europea de negocios Proyecto ESE</p> <p><b>Datos e información disponible</b></p> <p><b>Información sobre las decisiones estratégicas y comerciales tomadas dentro de la PYME</b>, sobre los objetivos establecidos            Documentos comerciales: órdenes de compra, albaranes, facturas, contratos estándar, convocatorias de licitación, etc.</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• regulación asociada a contratos públicos, contratos comerciales</li> <li>• información sobre productos y precios, descuentos, condiciones generales de venta, garantías</li> </ul> <p>- presentación de los diferentes procesos y procedimientos utilizados en la empresa</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• documentos fiscales contables, legales y profesionales</li> </ul> <p>- información sobre productos y servicios necesarios para la actividad (estándares)</p> <p>- información sobre la política de compras de la empresa (criterios de referencia, especificaciones, cantidades, ritmo, restricciones)</p> <p>- organización contable de la empresa, sistema de información contable</p> <p>- documentos contables de la empresa</p> <p><b>Equipos y software disponibles para los estudiantes</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• microordenadores multimedia conectadas a redes internas y externas, impresora</li> <li>• material de comunicación (teléfonos fijos y móviles)</li> <li>• software de oficina: procesamiento de texto, hoja de cálculo, herramientas de presentación, comunicación (mensajes, por ejemplo)</li> </ul>	<p>Un análisis de la situación comercial de la empresa teniendo en cuenta las prioridades, las contingencias y las características del mercado</p> <p>La elección de los ejes de desarrollo en coherencia con el modelo económico de un ecosistema emprendedor</p> <p>La capacidad de llevar a cabo un análisis estratégico para determinar los recursos disponibles para la empresa y los factores de éxito clave del entorno en el que opera para proponer, de acuerdo con las características de la competencia, orientaciones estratégicas</p>

## Documento de referencia de certificación

### BLOQUE DE HABILIDADES 1

#### CREAR SU EMPRESA EN UN CONTEXTO DE ECOSISTEMA EMPRESARIAL

Conocimiento, habilidades, capacidad evaluada	Métodos de evaluación	Criterios de evaluación
<p>Posibilidad de presentar un proyecto de creación de empresas</p> <p>Elegir un ecosistema emprendedor: contexto, tipo, ubicación geográfica, recursos financieros, capital humano, etc.</p> <p>Capacidad de desarrollar un pensamiento basado en problemas técnicas relacionadas con el mundo de la empresa.</p> <p>Capacidad para demostrar las habilidades profesionales y el conocimiento que se espera de un estudiante especializado en su campo y en consonancia con su nivel.</p> <p>Capacidad para hacer un juicio objetivo sobre el contenido y el resultado del estudio o proyecto tutorizado</p> <p>Para la redacción del informe de disertación / pasantía          El candidato debe ser capaz de expresarse por escrito respetando las reglas          - Estilo y ortografía de su idioma;          - Ten una idea clara;          - Organice su pensamiento de acuerdo con un plan organizado y explícito;          - Cumplir con los requisitos de presentación y contenido definidos en el repositorio de pruebas.</p>	<p>Presentación de un estudio de caso empresarial existente y / o un proyecto de creación de negocio personal</p> <p>Los estudiantes presentarán su proyecto de creación o adquisición de una empresa. Este proyecto se presentará de forma oral (utilizando un soporte informático) y por escrito.</p> <p>Dominar los aspectos técnicos cubiertos en la disertación y mostrar autonomía real en los campos en cuestión.</p> <p>Demuestre sus conocimientos profesionales en un contexto técnico relacionado con su especialidad y de acuerdo con su nivel de formación Nivel EQF V</p>	<p>Disertación escrita + presentación oral</p> <p>Prueba escrita: el documento escrito debe representar un esfuerzo de investigación, análisis y aplicación sobre un aspecto real y bien definido de la actividad de una empresa y en un contexto económico europeo.</p> <p>Observando las prácticas de la empresa u organización y / o leyendo</p> <p>Los trabajos teóricos en relación con el tema deben permitir al candidato un problema específico del contexto y darle la oportunidad de desarrollar un análisis y propuestas concretas que debe ser capaz de justificar</p> <p>Prueba oral - duración 1 hora          Oral: presentación teórica (30 ') + preguntas / respuestas con el jurado (30')</p> <p>El candidato debe ser capaz de:          Ten una buena visión general</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• hablar correctamente oralmente y claramente;</li> <li>• organizar tus ideas;</li> <li>• dominar el curso de la prueba;</li> <li>• maneja tu tiempo</li> <li>• elegir tus argumentos para convencer;</li> <li>• Mostrar escucha activa</li> </ul> <p>Domina perfectamente los documentos que trae;</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Estar cómodo en la presentación y el uso de estos documentos como soporte de la comunicación oral.</li> <li>• Retroceda un paso y mida el interés y el beneficio personal y profesional que ha obtenido de su investigación, investigaciones y contactos con compañías.</li> </ul>

### **Bibliografía específica indicativa**

Construyendo Ecosistemas Empresariales Propiciando el Emprendimiento Estudiantil: Nuevos Desafíos para las Universidades - Mireille Matt  
Ecosistemas emprendedores: Transformaciones y transiciones basadas en el lugar - [Allan O'Connor](#)  
Ecosistema emprendedor: perspectivas de las economías emergentes - [Mathew J Manimala](#)

### **Webgrafía**

[L'écosystème entrepreneurial à Bordeaux Métropole](#)  
[Entrepreneurship ecosystem - Wikipedia](#)  
[Entrepreneurial Ecosystems](#)  
[Entrepreneurial Ecosystems - OECD.org](#)  
[Entrepreneurial Ecosystems: Research, Policy and Practice ...](#)

## **11. Curso 5: Responsabilidad social corporativa**

### ***Objetivo***

El objetivo es formar profesionales capaces de implementar un enfoque de Responsabilidad Social Empresarial (RSE) desde la identificación de problemas hasta el desarrollo de un plan de acción, así como la redacción de un informe de RSE.

### ***Esquema de presentación del Syllabus***

Seis unidades de resultados de aprendizaje (3 unidades para 2 habilidades de bloqueo)

Duración de la capacitación: 35h - 60h de carga de trabajo

2 créditos de aprendizaje Nivel EQF V

Bloque de habilidades A: 1 créditos / 17h - Comprender el CSR

Bloque de habilidades B: 1 créditos / 18h - Implementar el CSR

**Resultados del aprendizaje**  
**Acción 1: Entender el CSR : problemas, definición, marco regulatorio**

Acción	TAREAS - Unidades de resultado de aprendizaje	Competencias – requisitos	Skills - Aptitudes	Conocimiento - Savoir	Límites de conocimiento
A1 – CSR esencial	T1 - Desarrollo sostenible y RSE	<p>C1 - Conocer los fundamentos teóricos del desarrollo sostenible y la RSE</p> <p>C2 - Analizar acciones y prácticas de RSE de empresas</p>	<p>A1 Identificar los problemas de sostenibilidad y responsabilidad social</p> <p>A2 Comprender la transversalidad de la RSE para implementarla en una empresa</p> <p>A3 - Analizar las prácticas de RSE a través de información profesional y académica</p> <p>A4 - Comprender los nuevos modelos económicos (economía de la funcionalidad, economía circular, economía social y solidaria)</p>	<p>S1 - Cuestiones de desarrollo sostenible y RSE</p> <p>S2 - Marco teórico de la RSE</p> <p>S3 - Acciones y prácticas de RSC de empresas</p>	<p>Génesis del desarrollo sostenible</p> <p>Enfoque conceptual para el desarrollo sostenible (sostenibilidad fuerte / débil)</p> <p>Gestión estratégica y desarrollo sostenible</p> <p>Evaluación de los desempeños económicos, ambientales y sociales</p>
	T2 - Institucionalización de los estándares de CSR e Iso 26000	C1- Movilizar los instrumentos legales y normativos	<p>A1 - Identificar los principios rectores de la RSE</p> <p>A2 - Organizar una vigilancia legal contextualizada para la RSE</p> <p>A3 - Regulaciones europeas y nacionales apropiadas</p> <p>A4 - Identificar estándares, certificaciones, etiquetas para un enfoque de RSC</p> <p>A5 - Describe los principios y lineamientos de las normas ISO 26000</p>	<p>S1 - Convenciones y recomendaciones internacionales, Pacto Mundial</p> <p>S2 - Marco jurídico europeo y nacional</p> <p>S3 - Estándares CST Certificaciones y etiquetas</p>	<p>Apropiación de los textos de leyes</p> <p>Implementación de estándares en la empresa</p>

	<p>T3 - Informe de RSC y calificación extra financiera</p>	<p>C1: dominar las herramientas de informes extrafinancieros</p> <p>C2 - Comprender los problemas de la calificación extra financiera</p>	<p>A1 - Apropiarse de la norma de Global Reporting Initiative (GRI)</p> <p>A2 - Analizar cuadros de mandos, estadísticas y documentos de seguimiento de resultados</p> <p>A3 - Identificar los problemas de la calificación extra financiera</p>	<p>S1 - Marcos adicionales de información financiera</p> <p>S2 - indicadores de RSE</p> <p>S3 - Calificación extra financiera</p>	<p>Métodos de calificación financiera</p> <p>Determinación de indicadores de RSE</p>
--	--	---	--	---	--



Condiciones de realización / Recursos para producir los resultados contexto	Criterios de evaluación / Criterios de rendimiento / "Esperado" / Resultados esperados / Criterios de evaluación
<ul style="list-style-type: none"> <li>- Contexto educativo</li> <li>- 17 h de enseñanza</li> <li>- Provisión de recursos materiales (salón de clases, salón social, mobiliario de oficina, proyector de video)</li> <li>- Materiales didácticos: plan y resumen de lecciones, power point en apoyo de las clases</li> <li>- Alternancia de trabajo grupal y trabajo individual</li> <li>- Contexto informativo</li> <li>- Cursos online</li> <li>- Textos reglamentarios</li> <li>- Bibliografía de artículos científicos, revistas profesionales y sitios web de referencia</li> <li>- Contexto tecnológico</li> <li>- Acceso a Internet</li> <li>- Software de Bureautic</li> <li>- Herramientas de comunicación: software de mensajería, navegador</li> <li>- Contexto gerencial</li> <li>- Alternancia de cursos académicos, trabajos colectivos</li> <li>- Contexto relacional</li> <li>- Relaciones con empresas</li> <li>- Conferencia / debate con un gerente de empresas de CSR o extractos de videos de gerentes de negocios</li> </ul>	<p><b>Criterios de evaluación</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Apropiación por parte de los alumnos del conocimiento identificado</li> </ul> <p><b>Trabajo del alumno: diligencia; presentaciones (orales y escritas) investigación y revisión de la literatura</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Indicadores: Nota en las evaluaciones continuas de conocimiento</li> </ul> <p><b>Criterio de desempeño</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Habilidad para trabajar</li> <li>- Capacidad de síntesis</li> <li>- Capacidad de análisis crítico</li> </ul> <p><b>"Esperado"</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Motivación</li> <li>- Espíritu de equipo</li> <li>- Método y rigor</li> </ul> <p><b>Resultados previstos</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Obteniendo 2 créditos</li> <li>- Satisfacción del alumno (utilización de un cuestionario évaluatif)</li> </ul> <p><b>Indicador: grado de satisfacción de los alumnos (Muy estandarizado - Moderadamente satisfecho - No satisfecho)</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Integración en el mundo económico. Indicador: seguimiento de los alumnos a los 3 meses, 6 meses, 1 año después del entrenamiento</li> </ul>



## Reglas de certificación

### *Accion 2 – Esencial sobre CSR*

Tareas	Conocimientos, Habilidades, Habilidad examinada	Métodos de evaluación	Criterios de evaluación
<b>T1 – Desarrollo sostenible y RSE</b>	<p>Conocimiento:</p> <p>K1 - El desarrollo sostenible y los problemas de RSE</p> <p>K2 - Marco teórico de la RSE</p> <p>K3 - Prácticas de acciones y RSC de las empresas</p> <p>Habilidades:</p> <p>S1 - Conocer los fundamentos teóricos del desarrollo sostenible y la RSE</p> <p>S2 - Analiza las acciones y prácticas de RSC de las empresas</p> <p>Habilidades:</p> <p>A1- Identificar los problemas de sostenibilidad y responsabilidad social</p> <p>A2 - Comprender la transversalidad de la RSE para implementarla en una empresa</p> <p>A3 - Analizar las prácticas de RSE a través de información profesional y académica</p> <p>A4 - Entender nuevos modelos de negocios</p>	<p>Evaluación continua del conocimiento con notas de resumen y preguntas del curso (métodos elegidos por el capacitador): 20% de la calificación general</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Apropiación por parte de los alumnos del conocimiento identificado</li> <li>- Trabajo del alumno: diligencia; investigación y análisis documental; realización de resumen</li> <li>- Capacidad de analizar y sintetizar audio, video, reseñas especializadas de prensa, artículos científicos</li> </ul>
<b>T2 – Institucionalización de CRS y normas ISO 26000</b>	<p>Conocimiento:</p> <p>K1 - Convenciones y recomendaciones internacionales, Pacto Mundial</p> <p>K2 - Marco jurídico europeo y nacional</p> <p>K3 - Estándares, certificaciones y etiquetas de CSR</p>	<p>Evaluación continua del conocimiento por preguntas del curso (métodos elegidos por el capacitador): 15% de la calificación general</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Apropiación por parte de los alumnos del conocimiento identificado</li> <li>- Trabajo del alumno: diligencia; investigación y análisis documental</li> </ul>

	<p>Habilidades: S1- Movilizar instrumentos legales y normativos</p> <p>Habilidades: A1 - Identificar los principios rectores de la RSE A2 - Organizar una vigilancia legal contextualizada para la RSE A3 - Regulaciones europeas y nacionales apropiadas A4 - Identificar estándares, certificaciones, etiquetas para un enfoque de RSC A5 - Describe los principios y directrices de la norma ISO 26000</p>		
<p><b>T3 Informe de RSC y calificación extra financiera</b></p>	<p><b>Conocimiento:</b> K1 - Marcos de información extra financieros K2 - indicadores de RSC K3 - Calificación financiera adicional</p> <p><b>Habilidades:</b> S1: dominar las herramientas de informes extrafinancieros S2 - Para entender los problemas de la calificación extra financiera</p> <p><b>Habilidades:</b> A1 - Apropiarse de la norma de Global Reporting Initiative (GRI) A2 - Analizar cuadros de mandos, estadísticas y documentos de seguimiento de resultados A3 - Identificar los problemas de la calificación extra financiera</p>	<p><b>Evaluación continua del conocimiento por preguntas del curso (métodos en la elección del formador): 15% de la marca global</b></p>	<p><b>- Apropriación por parte de los alumnos del conocimiento identificado</b></p> <p><b>- Trabajo del alumno: diligencia; investigación y análisis documental</b></p>

### ***Acción 3 – Implementación de un enfoque de RSC: estudio de caso***

Acción	TAREAS - Grupos de resultados de aprendizaje (L.O.)	Competencias	Tareas - Aptitudes	Conocimientos - Savoir	Límites de conocimiento
A1 - Implementación de un enfoque de RSC	T1 - Estrategia de RSC	<p>C1 - Definir una estrategia de RSC</p> <p>C2 - Dominar las técnicas, oportunidades y riesgos de gestión de proyectos relacionados con el proyecto de RSE</p>	<p>S1 - Presente y explique el alcance, objetivos, problemas y riesgos de una estrategia de RSE</p> <p>S2 Analizar un diagnóstico de RSC</p> <p>S3 - Establezca direcciones estratégicas de acuerdo con las convenciones y recomendaciones internacionales y teniendo en cuenta las necesidades / limitaciones (legales, económicas o sociales) de la empresa</p>	<p>K1 - Gestión estratégica</p> <p>K2 - Técnica para la realización de un proyecto de RSE (diagnóstico, problemas, estrategia, plan de acción, evaluación)</p>	<p>Casos ficticios / no inmersión en la empresa</p> <p>Control parcial de un enfoque de proyecto de RSC</p>
	T2 - Plan de acciones de RSC	<p>C1 - Desarrollar un programa de acciones para implementar</p> <p>C2: federar a los interesados en torno a una estrategia de RSE</p> <p>C3 - Facilitar un enfoque de RSC</p>	<p>S1 - Rechazar la estrategia en un plan de acción en las tres dimensiones RSE (medio ambiente, economía, sociedad)</p> <p>S2 Escribe las hojas de acción (objetivos, iniciativas, indicadores de logros / resultados)</p> <p>S3 - Identificar la esfera de influencia de la empresa y sus grupos de interés</p> <p>S4 - Comunicarse y colaborar con las partes interesadas (expectativas, propuestas)</p>	<p>K1 - Cómo construir un plan de acción de RSE</p>	<p>Casos ficticios / no inmersión en la empresa</p> <p>Control parcial de la elaboración de un programa de acciones</p>

			<p>S5 - Movilizar internamente (apropiación de cuestiones de RSE)</p> <p>S6 - Construir medios y herramientas de comunicación adecuado</p>		
	T3 - Dirigir el proceso	<p>C1 - Aplicar los métodos de informe de CSR</p> <p>C2 - Implementar una herramienta de gestión para garantizar el monitoreo continuo y la mejora del desempeño de CSR</p>	<p>S1 - Escribir y argumentar un informe de acuerdo con los estándares de CSR</p> <p>S2: crear un panel de indicadores de CSR contextualizados</p>	<p>K1 - Estándar de notificación de CSR (global compact, GRI)</p> <p>K2 - indicadores de RSC</p>	<p>Casos ficticios / no inmersión en la empresa</p> <p>Control parcial de las herramientas de pilotaje</p>

Contexto	Criterios de evaluación
<p>Contexto educativo</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- 18 h de enseñanza</li> <li>- Provisión de recursos materiales (salón de clases, salón social, mobiliario de oficina, proyector de video)</li> <li>- Materiales didácticos: plan y resumen de lecciones, power point en apoyo de las clases</li> <li>- Alternancia de trabajo grupal y trabajo individual</li> </ul> <p>Contexto informativo</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Cursos online</li> <li>- Textos reglamentarios</li> <li>- Bibliografía de artículos científicos, revistas profesionales y sitios web de referencia</li> </ul> <p>Contexto tecnológico</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Acceso a Internet</li> <li>- Software de oficina</li> <li>- Herramientas de comunicación: software de mensajería, navegador</li> </ul> <p>Contexto gerencial</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Alternancia de cursos académicos, trabajos colectivos</li> </ul> <p>Contexto relacional</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Relación con empresas</li> <li>- Conferencia / debate con un gerente de empresas de CSR o extractos de videos de gerentes de negocios</li> </ul>	<p>Criterios de evaluación</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Asignación del contenido del conocimiento identificado</li> <li>- Trabajo del alumno: diligencia; escenario para el desarrollo de una estrategia de RSC; realización de un archivo sobre la implementación de un enfoque de RSE en una empresa</li> <li>- Indicadores: juegos de rol (laridad en la presentación, argumentación, respeto de instrucciones); Nota de informe de archive</li> </ul> <p>Criterio de desempeño</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Capacidad de trabajo</li> <li>- Capacidad de sintetizar</li> <li>- Capacidad de análisis crítico</li> <li>- Capacidad de comunicación escrita y oral</li> <li>- Fuerza de la propuesta</li> </ul> <p>"Esperado"</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Participación</li> <li>- Espíritu de equipo</li> <li>- Método y rigor</li> <li>- Dinamismo</li> </ul> <p>Resultados previstos</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Obteniendo 2 créditos</li> <li>- Ser operativo en el mundo económico</li> <li>- Satisfacción del alumno (uso de un cuestionario evaluativo). Indicador: nivel de satisfacción de los alumnos (Muy satisfecho - Moderadamente satisfecho - No satisfecho)</li> <li>- Integración en el mundo económico. Indicador: seguimiento de los alumnos a los 3 meses, 6 meses, 1 año después del entrenamiento</li> </ul>

## Estándares de certificación

### Acción 2 – Implementación de un enfoque de CSR

Tareas	Conocimientos, Habilidades, Habilidad examinada	Modalidades de evaluación	Criterios de evaluación
<b>T1 – Estrategia CSR</b>	<p>Conocimiento:            K1 - Gestión estratégica            K2 - Técnica para la realización de un proyecto de RSE (diagnóstico, desafíos, estrategia, plan de acción, evaluación)</p> <p>Habilidades:            S1 - Definir una estrategia de RSC            S2 - Domina las técnicas, oportunidades y riesgos de gestión de proyectos relacionados con el proyecto de RSE</p> <p>Habilidades:            A1 - Presente y explique el alcance, los objetivos, los problemas y los riesgos de una estrategia de RSE            A2 - Analizar un diagnóstico RSE</p> <p>A2 - Establezca direcciones estratégicas de acuerdo con las convenciones y recomendaciones internacionales y teniendo en cuenta las necesidades / limitaciones de la empresa</p>	<p>Control de conocimiento continuo (15% del puntaje general):</p> <p>Situación de juego de roles para la elaboración de una estrategia de RSE</p>	<p>Situación del juego de rol: respeto de las instrucciones (tiempo, objetivos ...), claridad en la presentación, argumentación</p> <p>Capacidad del alumno para usar habilidades académicas para desarrollar una estrategia</p> <p>Habilidades relacionales del alumno</p>
<b>T2 – Plan de acción de CSR</b>	<p>Conocimiento:            K1 - Cómo construir un plan de acción de RSE</p> <p>Habilidades:            S1 - Desarrollar un programa de acciones para implementar</p> <p>S2: federar a los interesados en torno a una estrategia de RSC</p> <p>S3 - Facilitar un enfoque de RSE</p> <p>Habilidades:</p>	<p>Control de conocimiento continuo (35% del puntaje general):</p> <p>- Realización de un archivo en una empresa: desarrollo de un programa de acciones; escribiendo una hoja de acción; creación de un tablero de indicadores de CSR</p>	<p>Calidad del plan de acción: relevancia de las acciones con respecto a los objetivos de RSC de la empresa, coherencia de las acciones, priorización de acciones / medidas</p> <p>Calidad de la hoja de acción: legibilidad general, definición y temporalidad de las subacciones, indicadores de logro / resultados</p> <p>Calidad del tablero (relevancia de los indicadores, legibilidad, fiabilidad, facilidad de actualización)</p>



	<p>A1 - Rechazar la estrategia en un plan de acción en las tres dimensiones RSE (medio ambiente, economía, sociedad)</p> <p>A2 - Escribe las hojas de acción (objetivos, iniciativas, indicadores de logros / resultados) Escribe las hojas de acción (objetivos, iniciativas, indicadores de logros / resultados)</p> <p>A3 Identificar la esfera de influencia de la empresa y sus grupos de interés</p> <p>A4 - Comuníquese y colabore con los interesados (expectativas, propuestas)</p> <p>A5 - Movilizar internamente (apropiación de temas de RSE)</p> <p>A6 - Construya los medios apropiados y las herramientas de comunicación</p>		
<p><b>T3 – Dirigiendo el proceso</b></p>	<p>Conocimiento:</p> <p>K1 - Estándares de reporte de CSR (Global Compact, GRI)</p> <p>K2 - indicadores de RSC</p> <p>Habilidades:</p> <p>S1: aplicar los métodos de informe de RSE</p> <p>S2 - Implementar una herramienta de gestión para garantizar el monitoreo continuo y la mejora del desempeño de CSR</p> <p>Aptitudes:</p> <p>A1 - Escribir y argumentar un informe de acuerdo con los estándares de CSR</p> <p>A2: crear un panel de indicadores de CSR contextualizados</p>		

## 12. Curso 6: Oportunidades de emprendimiento social para empresas

### Objetivo

El objetivo global de este conjunto de temas es dar a los empresarios un conocimiento sobre el emprendimiento social como un concepto que recientemente ha ganado popularidad debido a sus formas innovadoras de hacer negocios. Los estudiantes obtendrán conocimiento de lo que es el Emprendimiento Social, del Modelo económico de Emprendimiento Social y las formas de dirigir las empresas sociales. Los estudiantes adquirirán competencias y habilidades para describir las empresas sociales en Europa y comparar el modelo con los países europeos SE y China. Los estudiantes aprenderán sobre Triple Bottom Line - marco especial de contabilidad.

### Esquema del syllabus

Cuatro unidades de resultados de aprendizaje (2 unidades para 2 habilidades bloqueadas)

Duración de la capacitación: 50h

Actividad	Carga de trabajo
Entrenamiento en la plataforma	30 h
Estudio individual del tema	10 h
Consultas con el mentor	5 h
Desarrollo del proyecto	5 h
<b>TOTAL</b>	<b>50 h</b>
<b>Puntos de crédito de aprendizaje</b>	<b>2</b>

Bloque de habilidades A1 - 1 crédito / 30 h - El concepto de emprendimiento social (ES) y el modelo económico de emprendimiento social

Bloque de habilidades A2 - 1 crédito / 20 h - Necesidades sociales y ambientales y creación de valores compartidos

## ***Acción 1: El concepto de emprendimiento social (ES) y el modelo económico de emprendimiento social***

Objetivos:

- Definir conceptos de: emprendimiento social, economía social y Triple Bottom Line;
- Explicar la diferencia entre el emprendimiento social, la responsabilidad social corporativa y la filantropía;
- Dar ejemplos de diferentes modelos económicos de SE
- Interpretar diferentes contextos de SE
- Resumir el proceso de SE de Brooks

### **Resultados del aprendizaje:**

Tareas	Competencias	Skills	Conocimientos
<b>T1. ¿Qué es el Emprendimiento Social?</b>	C1- Conocimiento sobre los supuestos básicos de la economía social C2. Entender la definición diferente de SE en Europa C3. Conocimiento sobre los conceptos básicos de gestión de personas en la organización de la empresa social	S1. Describe la esencia y explica el mecanismo de funcionamiento de las empresas sociales S2. Opiniones actuales sobre los problemas de la economía social  S2. Explicar la diferencia entre el emprendimiento social, la responsabilidad social corporativa y la filantropía S3. Definir conceptos de Triple Bottom Line	K1. Indique la importancia de construir capital humano para el desarrollo local.  K2. Funciones y desarrollo de la economía social.
	C1. Reconocer factores para explicar el crecimiento del emprendimiento social  C2. Comprender el concepto de responsabilidad social corporativa	S1. Analizar un problema social específico en el entorno local: y proponer la activación dentro de la economía social  S2. Anticipar los efectos sociales multidireccionales del emprendimiento social	K1. Iniciación y organización de la vida social y económica en la región  K2. K3.
<b>T2. La creciente importancia del emprendimiento social</b>	C1. Conocimiento de cuáles son los tipos de empresas sociales y qué grupos destinatarios pueden ser contratados en emprendimientos sociales	S1. Explicar la diferencia entre el emprendimiento social, la responsabilidad social corporativa y la filantropía S2. Dar ejemplos de diferentes modelos económicos de SE	K1. Iniciar la creación de una empresa de economía social

<b>T3. Diferentes contextos de emprendimiento social</b>	<p>C1. Reconocer las definiciones de economía social, entidades de economía social y emprendimiento social desarrolladas por la Red Temática de Economía Social (TESSEA) y aprobadas por la Comisión Europea.</p> <p>C2. Comprender y describir el mecanismo de desarrollo de las empresas de economía social en el propio país, así como en otros países de la UE y fuera de la UE</p>	<p>S1. Compare las actividades de SE en los países europeos y China</p> <p>S2. Definir el campo de actividad de las empresas sociales en la UE</p> <p>S3. Explicar dos enfoques efectivos para expandir la capacidad de SE</p>	<p>K1. Franquicias sociales</p> <p>K2. Transferir y adaptar soluciones comprobadas</p>
<b>T4. Emprendimiento social en Europa</b>	<p>C1. Reconocer problemas sociales importantes que están en el campo de interés de la economía social.</p>	<p>S1. Puede utilizar los conocimientos adquiridos para interpretar fenómenos sociales e indicar formas de resolver problemas socioeconómicos de personas excluidas, desempleadas y marginadas.</p> <p>S2. Demostrar desafíos para diferentes modelos económicos de SE</p>	<p>K1. La capacidad de buscar de forma independiente el conocimiento y esforzarse por su ampliación y trabajo en grupo.</p>
<b>T5. Retos para el emprendimiento social</b>			

<b>Recursos Contexto</b>	<b>Evaluación</b>
<p>Contexto educativo:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- 30h de enseñanza;</li> <li>- Metodología de enfoque práctico;</li> <li>- Material didáctico: presentación de PowerPoint, lecciones resumen;</li> </ul> <p>Contexto gerencial</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Trabajo individual en la plataforma; mentor disponible en línea, trabajo en grupo</li> </ul> <p>Contexto de la información:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Curso por Internet;</li> <li>- Bibliografía desarrollada por Syntea</li> </ul>	<p>Criterios de evaluación:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Evaluación del conocimiento por preguntas del curso</li> </ul> <p>Criterio de desempeño</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- El alumno responde las preguntas correctamente</li> <li>- Estudiantes desarrollaron un proyecto sobre emprendimiento social</li> </ul> <p>Resultados previstos</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Obteniendo 1 crédito</li> <li>- Obtener el certificado de conocimiento</li> </ul>



## ***Acción 2: Necesidades sociales y ambientales y creación de valores compartidos***

### ***Objetivos:***

- Identificar las necesidades sociales y ambientales;
- Explicar cómo se pueden satisfacer las necesidades sociales y ambientales con el uso de SE
- Capacidad para comprender que la creación de valores compartidos tiene un impacto positivo en el rendimiento de la empresa;

<b>Necesidades sociales y ambientales y creación de valores compartidos</b>		
<b>T1. Destaca la importancia de la economía social en lo que respecta a los servicios de interés general</b>	C1. Conocimiento sobre las relaciones básicas entre organizaciones de economía social y otras instituciones que crean su entorno a escala nacional e internacional	S1. Explicar críticamente cómo se pueden satisfacer las necesidades sociales y ambientales con el uso de SE
<b>T2. Claves formas en que las empresas pueden crear oportunidades de valor compartido</b>	C1. Definir formas de crear valores compartidos	S1. Justifique que la creación de valores compartidos tenga un impacto positivo en el rendimiento de la empresa

Recursos Contexto	Evaluación
<p>Contexto educativo:            20 horas de enseñanza;            Metodología de enfoque práctico;            Material didáctico: presentación en PowerPoint, lecciones resumen;</p> <p>Contexto gerencial            Trabajo individual en la plataforma; mentor disponible en línea, trabajo en grupo</p> <p>Contexto de la información:            Curso por Internet;            Bibliografía desarrollada por Syntea</p>	<p>Criterios de evaluación:            - Apropiación por parte de los alumnos del conocimiento identificado</p> <p>Criterio de desempeño            - El alumno responde las preguntas correctamente            - Los estudiantes desarrollaron un proyecto sobre emprendimiento social</p> <p>Resultados previstos            - obtener 1 crédito            - obtener el certificado de conocimiento</p>

### **Referencias**

Fuentes inglesas y polacas:

1. Akhmetshin, R. and Gayazova, E. (2017). About the Features of Perception of Social Entrepreneurship in the World. *Journal of History Culture and Art Research*, 6(4), 655-664.
2. Bjärsholm, D. (2017). Sport and Social Entrepreneurship: A Review of a Concept in Progress. *Journal of Sport Management*, 31(2), pp.191 -206.
3. Britton, J., Liger, Q. and Stefan, M. (2016). *Social Economy*. Brussels: European Parliament, Policy Department A: Economic and Scientific Policy. Available from [http://www.europarl.europa.eu/RegData/etudes/STUD/2016/578969/IPOL\\_STU\(2016\)578969\\_EN.pdf](http://www.europarl.europa.eu/RegData/etudes/STUD/2016/578969/IPOL_STU(2016)578969_EN.pdf) [Accessed 27<sup>th</sup> February 2018].
4. Brooks, A. (2009). *Social entrepreneurship*. Upper Saddle River, New Jersey: Pearson Education.
5. Caisl, J. et al. (2014). A map of social enterprises and their eco-systems in Europe Country Report: Czech Republic. European Commission.
6. CHORUM. (2014). *La législation relatif a l'économie sociale et solidaire. Analyse comparé France-Europe*. Chorum.
7. Chandra, Y. and Wong, L. (2016). *Social Entrepreneurship in the Greater China Region: Policy and Cases*. Routledge. Available from [https://books.google.co.uk/books?id=kRfeCwAAQBAJ&printsec=frontcover&source=gbs\\_ge\\_summary\\_r&cad=0#v=onepage&q&f=false](https://books.google.co.uk/books?id=kRfeCwAAQBAJ&printsec=frontcover&source=gbs_ge_summary_r&cad=0#v=onepage&q&f=false) [Accessed 19<sup>th</sup> February 2018].
8. Crescendo and Muflon. (2008). *Social Enterprises: Italian and Polish Experience*. Transnational Cooperation for Social Enterprises Development. Available from

<http://www.sens.rs/en/social-entrepreneurship/publications/165-social-enterprisesitalian-and-polish-experiences> [Accessed 3rd December 2017].

9. Dave, R. and Woods, C. (2005). Changing the world on a shoestring: The concept of social entrepreneurship. Business Review. Available from

[https://www.researchgate.net/profile/Christine\\_Woods/publication/242320433\\_Changing\\_the\\_World\\_on\\_a\\_Shoestring\\_The\\_Concept\\_of\\_Social\\_Entrepreneurship/links/0c96052afb9a7929d000000/Changing-the-World-on-a-Shoestring-The-Conceptof-Social-Entrepreneurship.pdf](https://www.researchgate.net/profile/Christine_Woods/publication/242320433_Changing_the_World_on_a_Shoestring_The_Concept_of_Social_Entrepreneurship/links/0c96052afb9a7929d000000/Changing-the-World-on-a-Shoestring-The-Conceptof-Social-Entrepreneurship.pdf) [Accessed 31st January 2018].

10. Department for Business Innovation & Skills (2011). A guide to legal forms for social enterprise. Gov.uk. Available from [https://www.gov.uk/government/uploads/system/uploads/attachment\\_data/file/31677/11-1400-guide-legal-forms-for-social-enterprise.pdf](https://www.gov.uk/government/uploads/system/uploads/attachment_data/file/31677/11-1400-guide-legal-forms-for-social-enterprise.pdf) [Accessed 5th December 2017].

11. Dicken, P. (2015). Global Shift. 7th ed. London: SAGE.

12. Educação para Sustentabilidade. (2011). The Triple Bottom Line. Educação para Sustentabilidade. Available from <http://blog.pucsp.br/educasustentabilidade/2011/08/06/the-triple-bottom-line/> [Accessed 1st February 2018].

13. Ekonomiaspoleczna.pl. (2009). The Emaus Association. Ekonomiaspoleczna.pl. Available from <http://lublin.ngo.pl/x/440114?ci=komentarze&did=983879&state=am> [Accessed 1st March 2018].

14. Euricse. (2013). Social Economy and Social Entrepreneurship. Social Europe guide / Volume 4. Available from <http://www.euricse.eu/wp-content/uploads/2015/03/social-economy-guide.pdf> [Accessed 3rd February 2018].

15. Fraisse, L. et al. (2016). Social enterprise in France: At the Crossroads of the Social Economy, Solidarity Economy and Social Entrepreneurship? International Comparative Social Enterprise Models.

Available from <https://www.iapsocent.be/sites/default/files/France%20-%20Fraisse%20et%20al.pdf> [Accessed 1st March 2018].

16. Gomez, E. (2016). 10 Social Enterprise Examples and the 7 Principles That Guide Them. Conscious Connection Magazine. Available from

<https://www.consciousconnectionmagazine.com/2016/02/social-enterpriseexamples-and-principles/> [Accessed 18th January 2018].

17. Gosling, P. (2011). Social co-operatives in Italy: Lessons for the UK. SEL for cooperative solutions. Available from <http://socialeconomyaz.org/wpcontent/uploads/2011/06/SocialCooperativesInItaly.pdf> [Accessed 9th February 2018].

18. Gov.uk. (2013). Caste study: Bristol Together. Gov.uk. Available from <https://www.gov.uk/government/case-studies/bristol-together> [Accessed 28th February 2018].

19. Hazard, N. (2013). Can French social enterprise succeed globally? The Guardian.

Available from <https://www.theguardian.com/social-enterprisenetwork/2013/feb/19/french-social-enterprise-succeed-globally> [Accessed 27th February 2018].

20. Helmsing, A. (2015). Conditions for Social Entrepreneurship. International Journal of Social Quality, 5 (1), 51-66.

21. Inside Philanthropy. (2017). Warren Buffet. Inside Philanthropy. Who's Funding What, and Why. Available from <https://www.insidephilanthropy.com/wall-streetdonors/warren-buffett.html> [Accessed 04th February 2018].



22. Ioan, A., Mair, J. and Wolf, M. (2017). Study Finds that German Social Enterprises Lead in Collaboration and Innovation. Tbd. Available from <https://www.tbd.community/en/s/uk> [Accessed 28th February 2018].
23. Kickul, J. and Lyons, T. (2016). Understanding Social Entrepreneurship. London: Taylor and Francis. Available from <https://books.google.co.uk/books?hl=en&lr=&id=4Ra4CwAAQBAJ&oi=fnd&pg=PT14&dq=The+concept+of+social+entrepreneurship+is+growing+rapidly+and+attracting+increasing+attention+from+many+sectors+kickul+and+lyons&ots=MgewrNU75m&sig=IucKwiq0dIbRVSnp2FzDav5JPOw#v=onepage&q&f=false> [Accessed 3rd December 2017].
24. Kramer, M. and Porter, M. (2011). Creating Shared Value: How to reinvent capitalism and unleash a wave of innovation and growth. Harvard Business Review. Available from <https://myhbp.org/leadingedge/d/cla?c=24811&i=25967&cs=e3c4e5ddc7e9cb91d18872a098ee63b6> [Accessed 04th February 2018].
25. Krige, K. (2016). The future is social entrepreneurship. YouTube. Available from <https://www.youtube.com/watch?v=mx9MEuxoWn0&t=163s> [Accessed 18th January 2018].
26. Kuratko, D. (2015). Entrepreneurship: Theory, Process and Practice, 10th ed. The United States of America: Cengage Learning. Available from <https://books.google.co.uk/books?hl=en&lr=&id=6v9UCwAAQBAJ&oi=fnd&pg=PR3&dq=In+general,+entrepreneurship+can+be+defined+as+establishing+and+managing+a+business+for+the+principal+purposes+of+profit+and+growth++&ots=f65fAm9HJc&sig=z0YBaiZBxW5UpaLS3u7iC6tadLw#v=onepage&q&f=false> [Accessed 3<sup>rd</sup> December 2017].
27. Neate, R. (2017). Bill Gates gives \$4.6bn to charity in biggest donation since 2000. The Guardian. Available from <https://www.theguardian.com/technology/2017/aug/15/bill-gatescharity-donation-microsoft-shares-foundation> [Accessed 09th February 2017].
28. Noya, A. (2006). Emerging models of social entrepreneurship: possible paths for social enterprise development in Central East and South East Europe. OECD. Available from <http://www.oecd.org/cfe/leed/37508561.pdf> [Accessed 24th January 2018].
29. OECD. (2010). Social Entrepreneurship and Social Innovation. SMEs, Entrepreneurship and Innovation. Available from [http://ec.europa.eu/internal\\_market/social\\_business/docs/conference/oecd\\_en.pdf](http://ec.europa.eu/internal_market/social_business/docs/conference/oecd_en.pdf) [Accessed 1st February 2018].
30. Porter, M. (2013). The case for letting business solve social problems. TED. Available from [https://www.ted.com/talks/michael\\_porter\\_why\\_business\\_can\\_be\\_good\\_at\\_solving\\_social\\_problems](https://www.ted.com/talks/michael_porter_why_business_can_be_good_at_solving_social_problems) [Accessed 5th December 2017].
33. Praszquier, R. et al. (2014). Social Enterprise, Social Innovation and Social Entrepreneurship in Poland: A National Report. EFESIIS. Available from <http://www.fp7-efeseiis.eu/national-report-poland/> [Accessed 03rd February 2018].
34. Roberts, D. and Woods, C. (2005). Changing the world on shoestring: The concept of social entrepreneurship. University of Auckland Business Review. Available from [http://www.thebookshelf.auckland.ac.nz/docs/UABusReview/2005\\_07\\_i01-05-asd.pdf](http://www.thebookshelf.auckland.ac.nz/docs/UABusReview/2005_07_i01-05-asd.pdf) [Accessed 3rd December 2017].

36. Scaife, W. (2008). Venturing into Venture Philanthropy: Is More Sustainable Health and Medical Research Funding Possible Through Venture Philanthropy and Social Entrepreneurship?. *Journal of Nonprofit & Public Sector Marketing*, 20(2), pp.245-260.

### **13.Resultados**

El conjunto articulado de enseñanzas, actividades, conocimientos y habilidades resultantes del diseño del plan de estudios E.S.E.

### **14.Referencias usadas**

Literatura

1. Gavrielidou K. (2014). Youth Entrepreneurship: A catalyst for job creation.  
<https://www.oneyoungworld.com/blog/youth-entrepreneurship-catalyst-job-creation> Reacherd: 18.5.2018
2. Kelly, A.V. (2009). *The Curriculum: theory and practice* (6th ed.). ISBN 9781847872746.
3. Wiles, Jon (2008). *Leading Curriculum Development*. p. 2. ISBN 9781412961417.
4. Slattery, J.M.; Carlson, J.F. (2005). "Preparing an effective syllabus: current best practices". *College Teaching*. 54 (4): 159–164. doi:10.3200/CTCH.53.4.159-164.
- 1.5. *Entrepreneurship in vocational education and training* (2008) European Commission, Directorate-General for Enterprise and Industry. Brussels.