

TITULACIÓN:	MASTER UNIVERSITARIO EN CREACIÓN DE EMPRESAS, NUEVOS NEGOCIOS Y PROYECTOS INNOVADORES (MASTERUP)		
MÓDULO:	MÓDULO ESPECÍFICO		
CURSO:	COOPERACIÓN INNOVADORA	CÓDIGO:	
COORDINADOR	ANTONIO R. RAMOS RODRÍGUEZ		
OBJETIVOS	<p>El objetivo de esta materia es proporcionar a los nuevos negocios, proyectos de innovación o empresas de nueva creación los conocimientos y las herramientas necesarias para crear relaciones y obtener compromisos con otros grupos de interés (stakeholders), con la intención de reducir la incertidumbre y el oportunismo, generar confianza, descubrir o crear oportunidades y concebir conjuntamente nuevos mercados, productos o innovaciones sociales.</p>		
RESULTADOS ESPERADOS DE APRENDIZAJE	<p>Al finalizar el curso el estudiante será capaz de:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Comprender el papel de las relaciones sociales en la gestión de un proyecto innovador y en la puesta en marcha de una nueva empresa. • Valorar la importancia de diseñar un proyecto de innovación o una nueva empresa desde una perspectiva de creación conjunta con clientes, proveedores y otros grupos de interés, en contraposición al tradicional enfoque basado en el análisis competitivo. • Dominar herramientas para alcanzar compromisos en alianzas, redes y consorcios empresariales. • Contemplar la transferencia de conocimiento entre las universidades y los centros de investigación y las empresas como estrategias de creación de oportunidades, de innovación y desarrollo económico y social • Realizar un inventario de sus recursos relacionales • Planificar los medios, motivos y contenidos para alcanzar acuerdos con sus stakeholders 		

RELACIÓN DE ACTIVIDADES DE APRENDIZAJE	Meses/Días	Horarios	Sesiones	ACTIVIDADES y CONTENIDOS	PROFESORES
	LUNES 18/04/2015	16:00- 18:00	S1	El papel de las relaciones en el fenómeno emprendedor: ¿competir o crear conjuntamente?	Antonio R Ramos Rodríguez (Universidad de Cádiz)
	LUNES 18/04/2015	18:30- 20:30	S2		
	MIÉRCOLES 20/04/2015	16:00- 18:00	S3	Colaboración con empresas privadas: alianzas y consorcios	Salustiano Martínez Fierro (Universidad de Cádiz)
	MIÉRCOLES 20/04/2015	18:30- 20:30	S4	Caso práctico: PRONAEX	Antonio R Ramos Rodríguez (Universidad de Cádiz) Invitado: Óscar Sánchez (Pronaex)
	JUEVES 21/04/2015	16:00- 18:00	S5	Relaciones con la Universidad de Cádiz	Antonio R Ramos Rodríguez (Universidad de Cádiz) Invitado: Javier Pérez Fernández (Vicerrector de Transferencia e Innovación Tecnológica - UCA)
	JUEVES 21/04/2015	18:30- 20:30	S6	Caso práctico: TooleaCRM	Antonio R Ramos Rodríguez (Universidad de Cádiz) Invitado: Guillermo Ruiz (Toolea)
	LUNES 25/04/2015	16:00- 18:00	S7	Relaciones con los medios de comunicación	Carmen Calvo Godino (Responsable de Comunicación de la Delegación de Economía, Innovación, Ciencia y Empleo)
	LUNES 25/04/2015	18:30- 20:30	S8		

	MIÉRCOLES 27/04/2015	16:00- 18:00	S9	Cooperación con administraciones públicas: los apoyos institucionales.	Juan Manuel Alcedo Fernández (Verificador de Fondos Europeos en KPMG)
	MIÉRCOLES 27/04/2015	18:30- 20:30	S10	Caso práctico: 47 DEGRESS	Antonio R Ramos Rodríguez (Universidad de Cádiz) Invitado: Jorge Galindo (47 degrees)
	JUEVES 28/04/2015	16:00- 18:00	S11	Colaboración electrónica y redes sociales	Antonio Padilla Meléndez (Catedrático de Organización de Empresas - Universidad de Málaga)
	JUEVES 28/04/2015	18:30- 20:30	S12		

COMPETENCIAS

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

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

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

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

**METODOLOGÍA
DOCENTE**

Docencia presencial/participativa teórica:

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

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

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

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

Análisis de casos:

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

**MÉTODO DE
EVALUACIÓN**

ASISTENCIA Y PARTICIPACIÓN (20%): Participación activa e interés del alumno en las actividades colectivas programadas

ENTREGA (80%): Inventario de recursos relacionales y planificación de, por lo menos, dos compromisos con sendos contactos que pudieran ser clave para el desarrollo del proyecto.

SESIONES EN LAS QUE SE EXPLICA: S1 y S2 Antonio R. Ramos

PLAZO DE ENTREGA: 15 DÍAS DESPUES DE TERMINAR EL MÓDULO: 13 MAYO 2016

	<p>MODO DE ENTREGA: CAMPUS VIRTUAL.</p>
<p>ACTIVIDADES FORMATIVAS</p>	<p>Exposiciones teórico-prácticas: Exposición por parte del profesor o profesionales externos sobre los conceptos fundamentales de los contenidos de la sesión con el apoyo de presentaciones audiovisuales y la promoción de debates en el aula con el objetivo de despertar la curiosidad y el interés del alumnado (12 horas) (PRESENCIALIDAD: 100%)</p> <p>Trabajo sobre el proyecto: individualmente, o eventualmente en grupo, cada alumno trabajará los contenidos sobre su proyecto. Con esto no solo se buscará mejorar y aplicar su proyecto, sino también que el alumno adquiera las destrezas, competencias, transversales y específicas propuestas para el curso, en función de los contenidos expuestos en las sesiones teóricas (12 horas) (PRESENCIALIDAD: 100%)</p> <p>En particular, los alumnos trabajando en grupos deberán elaborar un inventario de sus stakeholders y realizar, para cada uno de ellos, un planning preliminar con los medios, motivos y contenidos para conseguir preacuerdos.</p> <p>Horas de trabajo no presenciales: En las que el alumno desarrollará su capacidad de aprendizaje autónomo a través del estudio y la aplicación de los contenidos a su proyecto (51 horas) (PRESENCIALIDAD: 0%)</p> <p>Total: 75 h.</p>
<p>NOTAS DE INTERÉS</p>	<ol style="list-style-type: none"> 1. La presencialidad es obligatoria al 100% de las sesiones. Se exige una presencialidad mínima del 80% de las sesiones para que el alumno pueda ser evaluado, el 20% de las ausencias solo serán aceptadas por causa justificada. 2. El alumno deberá ir adaptando su proyecto inicial a medida que avanza el proceso de aprendizaje e incorporando al mismo los conocimientos adquiridos en cada curso. 3. Las sesiones serán en lengua española, a excepción de las sesiones extraordinarias que podrán ser en inglés. El material de trabajo podrá estar tanto en lengua española como en lengua inglesa. 4. Durante el curso, los alumnos están obligados a consultar la página web del curso en Campus Virtual, lugar donde se dejará la documentación necesaria para seguir las clases, y en la que se notificará cualquier contingencia o aviso urgente relacionado con la asignatura.