

TITULACIÓN:	MASTER UNIVERSITARIO EN CREACIÓN DE EMPRESAS, NUEVOS NEGOCIOS Y PROYECTOS INNOVADORES (MASTERUP)		
MÓDULO:	MÓDULO ESPECÍFICO		
CURSO:	COOPERACIÓN INNOVADORA	CÓDIGO:	1567009
COORDINADOR	JOSE MANUEL SANCHEZ VAZQUEZ		
OBJETIVOS	<p>El objetivo de esta materia es proporcionar a los promotores de 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. 		

CONTENIDOS

- El papel de las relaciones en el fenómeno emprendedor: competir o crear conjuntamente; el análisis de los valores.
- Herramientas y técnicas de negociación para obtener compromisos previos con socios clave.
- Nuevas tecnologías para la gestión de redes sociales.
- La gestión de la triple hélice: las relaciones de cooperación con las administraciones públicas, otras empresas y la universidad.
- Cooperación con administraciones públicas: los apoyos institucionales.
- Cooperación con otras empresas: las alianzas, redes y consorcios. Cooperación y transferencia con universidades: tipologías y la gestión del conocimiento.

**RELACIÓN DE
ACTIVIDADES DE
APRENDIZAJE**

Fecha	Horario	Sesiones	ACTIVIDADES y CONTENIDOS	PROFESORADO
Lunes 17/03/2025	16:00- 18:00	S1	El papel de las relaciones en el fenómeno emprendedor: ¿Competir o crear conjuntamente?	José Manuel Sánchez Vázquez
Lunes 17/03/2025	18:30- 20:30	S2	El papel de la confianza en el emprendedor	Carmen Virues Vega
Miercoles 19/03/2025	16:00- 18:00	S3	Del individualismo al colectivismo	David Barreda (Formador en Procesos y Aprendizaje)
Miercoles 17/03/2025	18:30- 20:30	S4	Del individualismo al colectivismo	David Barreda (Formador en Procesos y Aprendizaje)
Jueves 18/03/2025	16:00- 18:00	S7	La gestión de la triple hélice: las relaciones de cooperación con las administraciones públicas, otras empresas y la universidad.	Juan Manuel Alcedo Fernández (IFEY Ayto Cádiz)

	Jueves 18/03/2025	18:30- 20:30	S8	Cooperación con administraciones públicas: los apoyos institucionales y la evaluación de proyectos.	Juan Manuel Alcedo Fernández (IFEF Ayto Cádiz)
	Lunes 24/03/2025	16:00- 18:00	S5	Herramientas y técnicas de negociación para obtener: Compromisos previos con socios clave.	Francesco Garcea (EES)
	Lunes 24/03/2025	18:30- 20:30	S6	Herramientas y técnicas de negociación para obtener: Compromisos previos con socios clave.	Francesco Garcea (EES)
	Miercoles 26/03/2025	16:00- 18:00	S9	Cooperación y transferencia con universidades: tipologías y la gestión del conocimiento	Jaime Guerrero -UCA_
	Miercoles 26/03/2025	18:30- 20:30	S10	Cooperativismo	Jaime Guerrero -UCA-
	Jueves 27/03/2025	16:00- 18:00	S12	Relaciones con los medios de comunicación	Carmen Calvo Godino (Diputación Cádiz)
	Jueves 27/03/2025	18:30- 20:30	S11	Relaciones con los medios de comunicación	Carmen Calvo Godino (Diputación Cádiz)
COMPETENCIAS	<p>CG2- Saber aplicar e integrar los conocimientos en Dirección de Proyectos Innovadores y Emprendimiento, la comprensión de éstos, su fundamentación científica y sus capacidades de resolución de problemas en entornos nuevos y/o complejos y definidos de forma imprecisa, incluyendo contextos de carácter multidisciplinar tanto investigadores como profesionales altamente especializados.</p> <p>CG6- 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.</p> <p>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.</p> <p>CE12- Conocimiento y comprensión de las herramientas del análisis estratégico, así como, diseñar, adaptar, desarrollar, procesos</p>				

	<p>estratégicos. Organizar, mostrar y valorar, las propuestas realizadas por otros agentes en el ámbito de la formulación e implantación de las estrategias.</p>
<p>METODOLOGÍA DOCENTE</p>	<p>Docencia presencial/participativa teórica: La docencia se desarrollará de manera presencial en sesiones tanto teóricas como prácticas. En las sesiones teóricas se estimulará la participación del alumno a través del debate y la reflexión conjunta.</p> <p>Actividad presencial práctica: Para cada uno de los bloques temáticos se desarrollarán actividad práctica al objeto que el alumno perciba la aplicabilidad de los conocimientos transmitidos.</p> <p>Trabajo cooperativo y en equipo: Dentro de estas actividades se propone la resolución de mini-casos en grupo, el análisis de noticias relacionadas con el desarrollo o el éxito de estrategias empresariales y la resolución de problemas simulados.</p>
<p>MÉTODO DE EVALUACIÓN</p>	<p>Consultar la ficha oficial de la asignatura</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>Resolución y estudios de casos: individualmente, o eventualmente en grupo, se resolverán casos prácticos y cada alumno trabajará los contenidos sobre su proyecto. Con esto no solo se buscar mejorar y aplicar su proyecto, sino también que el alumno adquiriera 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>

	Total: 75 h.
NOTAS DE INTERÉS	<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.
BIBLIOGRAFÍA BÁSICA	<ul style="list-style-type: none">• Effectual Entrepreneurship, Read S.; Sarasvathy S.; Dew, N.; Wiltbank R.; Ohlsson A.V. (2011): 1st Edition. Routledge, New York• El Manual Del Emprendedor. S. Blank, B. Dorf.• El método Lean Startup: Cómo crear empresas de éxito utilizando la innovación continua. E. Ries