MONDRAGON UNIBERTSITATEA

ENPRESAGINTZA FAKULTATEA

FACULTAD DE EMPRESARIALES

GUÍA DOCENTE

GRADO EN LIDERAZGO EMPRENDEDOR E INNOVACIÓN

Curso 2010 / 2011

ÍNDICE

Introducción **1**

Presentación de la titulación **7**

Esquema del Plan de Estudios **13**

Programas **21**

Normativa Académica **91**

Calendario Académico **98**

INTRODUCCIÓN

INTRODUCCIÓN

La Universidad MONDRAGON UNIBERTSITATEA fue reconocida por la Ley 4/1997 del Gobierno Vasco del 30.05.1997 (BOPV 19.06.97), siendo aprobada su puesta en marcha con carácter retroactivo al curso 1997/98 por la Orden del Gobierno Vasco del 2/02/1999 (BOPV 22/02/1999).

La universidad es joven, pero sus raíces se remontan hasta el año 1943 cuando don José María Arizmendiarrieta funda la Escuela Profesional, con la firme creencia de que la educación y el conocimiento constituyen el motor fundamental para el desarrollo de la sociedad. Los tres centros que la componen cuentan en su haber con muchos años de experiencia: Eskola Politeknikoa (Arrasate,1943), ETEO (Oñati,1960) e Irakasle Eskola (Eskoriatza,1978). Actualmente convertidos en Facultades, ofertan una docena de títulos e integran a cerca de cuatro mil alumnos.

Además, la Universidad cuenta con la participación de Mondragón Humanity at Work, Grupo Ulma, Ikerlan e Ideco, socios colaboradores en los órganos de gestión.

MONDRAGON UNIBERTSITATEA, S. Coop. es la primera Universidad cooperativa del Estado, integrada en el grupo cooperativo Mondragon Humanity at Work, lo que marca la singularidad de su proyecto educativo.

FACULTAD DE EMPRESARIALES (ENPRESAGINTZA)

La Facultad de Empresariales (Enpresagintza) es la encargada de organizar e impartir las enseñanzas conducentes a la obtención de los títulos del Área de Gestión Empresarial:

Títulos Oficiales

Campus Oñati :

- ***Grado:*** (4 años)

  Grado en Administración y Dirección de Empresas[1]
  Grado en Liderazgo Emprendedor e Innovador [2]

[1] Plan de Estudios aprobado por Acuerdo del Consejo de Ministros de 29 de agosto de 2008, publicado por Resolución de 24 de septiembre de 2008 de la Secretaría de Estado de Universidades (BOE 26/09/2008) y publicado mediante resolución de ka Universidad Mondragón de 20 de marzo de 2009 (BOE 27/06/2009)

[2] Plan de Estudios aprobado por el Consejo Superior de Universidades de Madrid (Junio 2009)

- ***Licenciatura*** : (5 años)

  Licenciatura en Administración y Dirección de Empresas [1]

Campus Bidasoa:

Grado: (4años)
Grado en Administración y Dirección de Empresas[2]
Grado en Liderazgo Emprendedor e Innovador [3]

Licenciatura : (5 años)
Licenciatura en Administración y Dirección de Empresas (2º Ciclo - 2 años)[1]

Títulos Propios

Campus Oñati :

Graduado (3 años)
Secretariado de Dirección [4]

Ciclos Formativos de Grado Superior

Campus Oñati :

Administración y Finanzas *(2 años)*
Gestión Comercial y Marketing (1 año)
Secretariado (1 año)

[1] Plan de estudio homologado por el Consejo Superior de Universidades de Madrid, según Real Decreto 1352/1998, de 26 de junio de 1.998 (BOE 28/07/1.998) y adaptado, según Resolución del Consejo Superior de Universidades de 15 de marzo de 2002 (BOE nº 88 de 12/04/2002).

[2] Plan de Estudios aprobado por Acuerdo del Consejo de Ministros de 29 de agosto de 2008, publicado por Resolución de 24 de septiembre de 2008 de la Secretaría de Estado de Universidades (BOE 26/09/2008) y publicado mediante resolución de ka Universidad Mondragón de 20 de marzo de 2009 (BOE 27/06/2009)

[3] Plan de Estudios homologado por el Consejo Superior de Universidades de Madrid (junio 2009)

[4] Plan de estudio aprobado por los Órganos de Gobierno de la Universidad, en sesión celebrada el día 25 de abril de 2002.

La experiencia acumulada como Escuela Universitaria de Ciencias Empresariales, anterior a la creación de la Universidad del País Vasco, nos permite disponer de una oferta de títulos dentro del área de Gestión, acorde con las necesidades planteadas desde el mundo empresarial y siguiendo las líneas estratégicas que llevamos trabajando desde nuestra creación (1960).

El rigor y el nivel académico, la posibilidad de una formación dual estudio-trabajo, así como las prácticas en empresas y entidades financieras realizadas a lo largo de los estudios son un valor añadido clave en el desarrollo de la formación del alumnado.

Respondiendo a la iniciativa de los Ayuntamientos de Irun y Hondarribia y la Agencia de Desarrollo del Bidasoa (Bidasoa activa), a partir del curso académico 2003-2004 la Facultad de Ciencias Empresariales ofrece la posibilidad de cursar estudios universitarios en el Campus de Bidasoa.

Así mismo, a partir del curso 2008-2009 la Facultad adapta sus planes de estudio al Sistema Europeo de Educación Superior en ambos Campus.

Finalmente, señalar que la internacionalización y la posibilidad de realizar estudios de Postgrado en el extranjero, a través de los convenios que tiene suscrita la Universidad con universidades extranjeras, configuran las bases para la capacitación y el éxito profesional de nuestros titulados.

ÓRGANOS DE GOBIERNO

MONDRAGON UNIBERTSITATEA

Rector

Excmo. Sr. D. Iosu Zabala Iturralde

Asamblea General y Consejo Rector

Constituidos por trabajadores de las tres Facultades y representantes de socios colaboradores de Mondragon Unibertsitatea.

FACULTAD DE EMPRESARIALES

Asamblea General

Integrada por trabajadores de la Facultad, alumnos y representantes de empresas colaboradoras.

Consejo Rector

Constituido por representantes de trabajadores, alumnos y empresas colaboradoras, y presidido por un representante de éstas últimas.

Consejo de Coordinación

Decano
D. Lander Beloki Mendizabal

Coordinador de Masters y Formación Continua
D. José Luis Abaunz Zubía

Coordinador Académico
D. Mikel Mesonero De Miguel

Vicedecano Campus de Bidasoa
D. Luxio Ugarte Elorza

Coordinadora Innovación Oferta Formativa
Dña. Izaskun Agirre Aramburu

Coordinadora Desarrollo Modelo de Gestión
Dña. Amaia Agirre Aramburu

Coordinadora para MONDRAGON
Coordinadora de Marketing y Comunicación
Dña. Amaia Aizpuru Garmendia

Gestora Financiera
Dña. Marilu Murua Lazcano

PRESENTACIÓN

PRESENTACIÓN

Los graduados y graduadas en Liderazgo Emprendedor e Innovación de Mondragon Unibertsitatea están capacitados para liderar la creación de nuevas empresas y/o nuevos negocios dentro de empresas existentes.

Estas capacidades se adquieren con el método de aprender haciendo (learning by doing), y el trabajo en equipos autogestionados a través de empresas que se crearán desde el primer día, trabajando para clientes reales con proyectos que a su vez son reales.

El Grado en Liderazgo Emprendedor e Innovación está diseñado para personas cuya forma de trabajo natural sea en equipo y que estén interesadas en conocer nuevas culturas, experimentar nuevas metodologías y viajar al exterior.

El/la estudiante podrá escoger además un campo de especialización relacionado con uno de los siguientes sectores empresariales emergentes: empresas digitales, servicios avanzados, biociencias y empresas sociales. Siendo parte de una plataforma de colaboración con empresas del sector, los participantes podrán conocer sus características básicas y claves de funcionamiento.

Modelo educativo Finlandés –"Experimentarás el método Finlandés"

Nuestro método de aprendizaje tiene su origen en la unidad de emprendizaje Team Academy en Finlandia. Estos métodos se han utilizado durante más de 15 años en Finlandia habiendo obtenido en 2006 un reconocimiento especial por el Ministerio de Educación Finlandés.

El modelo educativo finlandés puede reconocerse en varios conceptos y herramientas de nuestro programa, como son: la autogestión y creatividad, los espacios de diálogo, equipos que aprenden a emprender, el sentido de comunidad, la responsabilidad compartida, las áreas físicos de trabajo. La autogestión se promueve en jóvenes de 18 años y se fundamenta por un lado en la libertad y por el otro en la asunción de responsabilidad. El equipo apoya y ayuda a que los alumnos asuman retos entusiastas "joyful challenges" de autogestión, de forma que nadie queda excluido.

Experiencia Internacional – "Viajarás formándote para ser ciudadano/a global"

El éxito en el mundo empresarial se fundamenta cada día más en la interacción entre países a nivel mundial y los mercados internacionales. Las empresas necesitan profesionales con una visión global, nosotros formamos ciudadanos y ciudadanas globales. En nuestro programa no sólo tendrás la oportunidad de un programa de intercambio individual, viajarás al extranjero con tu equipo. Todos los alumnos conocerán la unidad Team Academy y durante dos meses aprendiendo dentro de la red de equipos internacionales de jóvenes emprendedores, coaches y team companies. También experimentarán los "learning journeys" o viajes formativos viajando a Silicon Valley en Estados Unidos y al menos un país emergente (China, India,…), visitarán las empresas más innovadoras y conocerán e interactuarán con sus emprendedores.

Aprender en equipo ("Team learning") "Aprenderás en equipo"

Nuestra principal herramienta de aprendizaje es el equipo o team learning. Cada estudiante participa y aprende trabajando en varios equipos: su empresa o team company, proyectos compartidos, unidades de aprendizaje, equipos de gestión o foros. Dicho de forma sencilla, "aprendemos a interactuar y trabajar con otras personas". Al trabajar en equipos aprendemos en la práctica competencias de emprendizaje, negociación, liderazgo, gestión del tiempo, asunción de compromisos y comunicación. Todos los equipos cuentan con un entrenador/a o coach. El coach mantiene la visión global de lo que ocurre en el equipo, siendo consciente de cómo fomentar y apoyar el aprendizaje del equipo.

Empresas reales "Crearás tu propia empresa en equipo (Team company)"

La clave del desarrollo personal y el aprendizaje está en la constante interacción con el mundo real: crear una empresa real, trabajar para clientes reales y en proyectos reales. Cuando nos enfrentamos al mundo empresarial necesitamos encontrar caminos para

subsistir y triunfar. Los alumnos y las alumnas son los protagonistas y crean en equipo sus propias empresas, contactan con clientes reales y hacen ofertas. Los/las coaches se encargan de apoyar y promover este proceso, no de dirigirlo. Ofrecemos a nuestro alumnado una oportunidad real como emprendedores/as y empresarios/as en un entorno seguro y óptimo para el aprendizaje, gracias a la relación con el entorno empresarial.

Pasión y entusiasmo, tu eres el protagonista de tu aprendizaje – "Descubrirás que aprender puede ser un reto apasionante"

¿Cuál es tu pasión? ¿Qué quieres hacer realmente en tu vida? ¿Qué necesitas para hacer realidad tu sueño personal? Nuestro punto de partida es siempre la pasión y el deseo de emprender en equipo. Nuestra misión es que los/las estudiantes que aprenden en equipos experimenten la misma pasión que la que ponen en sus equipos deportivos y culturales. Nuestro modelo de aprendizaje es idóneo para los/las jóvenes que practican deportes en equipo. Tiene que existir pasión y entusiasmo si queremos alcanzar grandes retos y hacer realidad proyectos en nuestra sociedad y en el mundo entero.

La Facultad dispone de las más actuales tecnologías de la información y la comunicación. Hay diferentes Aulas Informáticas que pueden utilizar los alumnos para realizar las prácticas y trabajos que han de presentar a lo largo de su carrera, durante la cual tienen acceso a Internet y disponen de una cuenta de correo electrónico.

La biblioteca cuenta con un fondo bibliográfico puesto a disposición de los alumnos, en horario ininterrumpido.

Otras instalaciones adicionales son, los servicios de salud y deporte, y los espacios de ocio para el esparcimiento del alumnado.

Tanto el perfil profesional como el plan de estudios comparten el Objetivo Estratégico General de la Facultad de Ciencias Empresariales y se han inspirado en la Misión, Cultura y Valores que de él se derivan.

PLAN DE ESTUDIOS

El Plan de Estudios se estructura en un único ciclo de cuatro cursos con un total de 240 ECTS para toda la titulación.

Las competencias adquiridas por los graduados y graduadas de esta titulación se agrupan en tres categorías y dentro de cada categoría se agrupan 7 competencias que responden a la necesidad de aprender, liderar y ser emprendedores en un contexto de colaboración:

(a) Aprender en equipo

1. Tecnologías de la información y habilidades informáticas
2. Técnicas de aprendizaje en equipo
3. Métodos personales de aprendizaje y actitudes (modelos mentales)
4. Creatividad
5. Visión internacional
6. Habilidades comunicativas
7. Auto-orientación

(b) Liderar en equipo

8. Habilidades de autogestión
9. Gestión de proyectos
10. Capacidad de liderazgo de equipos
11. Técnicas de planificación
12. Habilidades de Coaching
13. Habilidades estratégicas
14. Toma de decisiones y determinación

(c) Emprender en equipo

15. Servicio al consumidor y técnicas de negociación y venta
16. Comprensión de elementos financieros
17. Marketing
18. Innovación
19. Habilidades teóricas y de modelización de un emprendedor
20. Creación de redes o networking
21. Coraje y voluntad de sobrepasar barreras

Los titulados y tituladas serán capacez de desarrollar su trabajo en más de un **idioma**, tanto en la comunicación oral y escrita, como en los contextos generales y en aquellos relacionados con su desempeño profesional. Con el fin de potenciar el aprendizaje del inglés los y las estudiantes podrán participar en diferentes actividades y programas en el extranjero: Programas “Atzerrian Ikasi” que facilitará la estancia en Universidades extranjeras y Proyecto Fin de Grado en el extranjero (Universidades, Empesas o Instituciones).

El Plan de Estudios se ha estructurado en los siguientes módulos entendidos estos como unidades académicas que incluyen varias materias:

1. Fundamentos de la creación y gestión de empresas
2. Liderazgo y gestión de conocimiento: desarrollo de aprendizaje individual
3. Emprender y el enfoque cliente: desarrollo de aprendizaje en la empresa
4. La innovacion en red como motor de creacion de valor: desarrollo de aprendizaje en la comunidad
5. Ciudadanos globales
6. El proceso de creación de empresas y la especialización
7. Proyecto fin de grado

ALTERNANCIA ESTUDIO/TRABAJO

Atendiendo a los convenios firmados por la Facultad, los alumnos matriculados podrán solicitar su incorporación como socios de *Alecop*, cooperativa integrada por estudiantes con el fin de costearse sus estudios.

ESQUEMA PLAN DE ESTUDIOS

El plan de estudios de la titulación de Graduado en Liderazgo Emprendedor e Innovación constituye una formación diseñada de forma coordinada y organizada con objeto de responder con eficacia a los objetivos marcados por el perfil de la titulación y en coherencia con las competencias del título definidas.

Por todo ello, y teniendo en cuenta las características de la titulación citadas, se ha estructurado la misma en **Módulos,** entendidos como unidades académicas que incluyen varias materias. Los módulos definidos son los siguientes:

- Fundamentos de la creación y gestión de empresas
- Liderazgo y gestión de conocimiento: desarrollo de aprendizaje individual
- Emprender y el enfoque cliente: desarrollo de aprendizaje en la empresa
- La innovacion en red como motor de creacion de valor: desarrollo de aprendizaje en la comunidad
- Ciudadanos globales
- El proceso de creacion de empresas y la especialización
- Proyecto fin de grado

MODULO 0: FUNDAMENTOS DE LA CREACION Y GESTION DE EMPRESAS

Este módulo contribuye al desarrollo de los conocimientos y competencias básicos dentro de la creación y gestión empresarial.

Para ello incorpora las materias esenciales que tendrán que cursar los alumnos como son la estadística, matemática, economía, contabilidad de costes, ética empresarial, derecho e ingeniería de producto.

Las diversas competencias y herramientas aprendidas en este módulo tienen como columna vertebral la adquisición de conocimientos y competencias fundamentales para de ese modo desarrollar de una manera más efectiva los siguientes módulos.

Se desarrollará durante el primer y segundo año de la titulación. Las asignaturas que componen este módulo constituyen parte de la formación básica del grado.

MODULO 1: LIDERAZGO Y GESTIÓN DE CONOCIMIENTO: Desarrollo de aprendizaje individual

Este módulo contribuye al desarrollo de los conocimientos y competencias relacionadas con el proceso de creación de conocimiento y el papel fundamental que juega el liderazgo en la gestión de empresas intensivas en conocimiento. Incorpora la asimilación y gestión de

herramientas fundamentales en el grado como son el contrato de aprendizaje (learning contract) o la lectura y asimilación de libros a nivel individual del alumno.

Las diversas competencias y herramientas aprendidas en este módulo tienen como columna vertebral el rol de las personas como tractores del éxito de la gestión de empresas intensivas en conocimiento.

Se desarrolla a lo largo de toda la titulación abarcando asignaturas en los tres primeros cursos del grado.

Las asignaturas que componen este módulo constituyen parte de la formación básica y de la formación obligatoria.

MÓDULO 2: EMPRENDER Y EL ENFOQUE CLIENTE: Desarrollo de aprendizaje en la empresa

Este módulo contribuye al desarrollo de los conocimientos y competencias relacionadas con el proceso de emprender y la importancia del disponer de un enfoque, incluso podemos hablar de devoción, a la satisfacción del cliente en las empresas intensivas en conocimiento. Incorpora la asimilación y gestión de principios fundamentales propios de una economía de la experiencia (experience economy) como son: la experimentación con el cliente, el enfoque a resultados, la gestión de la marca, o la integración y co-creación con el cliente

Las diversas competencias y herramientas aprendidas en este módulo tienen como columna vertebral el rol de los equipos emprendedores y sus clientes como fuente de nuevas oportunidades, crecimiento y supervivencia de empresas intensivas en conocimiento.

Se desarrolla a lo largo de toda la titulación abarcando asignaturas en los tres primeros cursos del grado.

Las asignaturas que componen este módulo constituyen parte de la formación básica y de la formación obligatoria.

MÓDULO 3: LA INNOVACIÓN EN RED COMO MOTOR DE CREACIÓN DE VALOR: Desarrollo de aprendizaje en la comunidad

Este módulo contribuye al desarrollo de los conocimientos y competencias relacionadas con el proceso de innovación y la importancia de la gestión de redes como motor de creación de valor en las empresas intensivas en conocimiento. Incorpora la asimilación y gestión de principios y herramientas fundamentales en el proceso de innovación en red como son: los pensamientos estratégicos, la gestión de acuerdos estratégicos o la innovación con y para el cliente.

Las diversas competencias y herramientas aprendidas en este módulo tienen como columna vertebral el rol de la comunidad como ámbito donde se integran las empresas intensivas en conocimiento.

Se desarrolla a lo largo de toda la titulación abarcando asignaturas en los tres primeros cursos del grado.

Las asignaturas que componen este módulo constituyen parte de la formación básica y de la formación obligatoria.

MÓDULO 4: CIUDADANOS GLOBALES

Este módulo contribuye al desarrollo de los conocimientos y competencias relacionadas con la visión global y la actual operativa internacional de las empresas en mercados globalizados, así como la irrelevancia de las fronteras y la escalabilidad mundial para las empresas intensivas en conocimiento. Incorpora la asimilación de la dimensión global por parte de los alumnos integrando el conocimiento teórico-práctico con experiencias reales sobre el terreno a nivel internacional.

Las diversas competencias y herramientas aprendidas en este módulo tienen como columna vertebral el rol de la visión global y la existencia de ciudadanos globales como entorno natural de oportunidades donde operan las empresas intensivas en conocimiento.

Se desarrolla a lo largo de toda la titulación abarcando asignaturas obligatorias en los tres primeros cursos del grado y asignaturas optativas en el desarrollo del proyecto final de grado en el último curso de la carrera.

MÓDULO 5: EL PROCESO DE CREACIÓN DE EMPRESAS Y LA ESPECIALIZACIÓN

Este módulo contribuye al desarrollo de los conocimientos y competencias relacionadas con el proceso lógico de creación de empresas, el desarrollo del plan estratégico de empresa (Start up business plan) y la gestión de nuevos proyectos empresariales. Incorpora conocimientos específicos teórico-prácticos para el desarrollo de nuevos negocios como son: la viabilidad y proyección económica financiera, la viabilidad tecnológica, o la implantación y escalabilidad del negocio.

Toma especial relevancia en este modulo el itinerario de especialización del alumno profundizando en las características, particularidades, herramientas y oportunidades existentes en uno de las cuatro tipos de empresas en sectores emergentes: empresas y emprendedores sociales, empresas de biociencias y biotecnología, empresas digitales y economía de la experiencia o servicios industriales.

Del mismo modo incorpora las prácticas de especialización en empresas estatales o extranjeras con dos bloques de 15 ECTS es de carácter obligatorio

Las diversas competencias y herramientas aprendidas en este módulo tienen como columna vertebral el proceso de creación de empresas incorporando las siguientes fases: identificación y validación del binomio equipo emprendedor-idea, el proyecto de empresa, la constitución y los primeros pasos de la nueva empresa, y la consolidación de la empresa.

Se desarrolla en el último año de la titulación abarcando asignaturas obligatorias y asignaturas optativas destacando el peso del itinerario de especialización del alumno.

MÓDULO 6: PROYECTO FIN DE GRADO

Tiene por objeto elaborar y presentar un trabajo como ejercicio integrador de las competencias tanto técnicas como transversales trabajadas a lo largo de la titulación, favoreciendo de este modo el acercamiento de los alumnos al mundo laboral.

Se desarrollará al final de la titulación, más concretamente el primer y segundo cuatrimestre del 4 curso.

El trabajo final de grado de 6 ECTS es de carácter obligatorio, mientras que se abre una optatividad para los 20 ECTS restantes que corresponden al proyecto final de grado o desarrollo de proyecto empresarial (de nueva creación, intraemprendizaje o Erasmus).

Se desarrolla en el último año de la titulación abarcando asignaturas obligatorias y asignaturas optativas destacando el peso del desarrollo del proyecto final de grado.

A partir de los módulos definidos, se definen diferentes MATERIAS / PROCESOS entendidos estos como traccionadores que incluyen una o varias ASIGNATURAS relacionadas desde el punto de vista disciplinar de sus unidades académicas. Dichos procesos son los siguientes:

- Matemáticas empresariales
- Estadística aplicada
- Contabilidad
- Derecho de la empresa
- Economía de la empresa
- Ética empresarial
- Ingeniería de producto
- Informática (Programación básica)
- Habilidades de aprendizaje individual
- Liderazgo
- Gestión del conocimiento
- Desarrollo de producto
- Emprendizaje e intraemprendizaje
- Marketing
- Liderazgo de personas
- Gestion de redes sociales
- Servicio al cliente y ventas
- Autogestion y gestion de equipos
- Pensamientos estratégicos
- Creatividad e Innovación
- Gestión de la marca
- Ingles empresarial
- Chino conversacional
- Equipos internacionales: Finlandia
- Incubación de start-ups digitales y en sectores emergentes: Silicon Valley
- Oportunidades en países emergentes: países BRICM
- Talleres de liderazgo
- Programas de especialización
- Ingeniería de producto

- Programación básica
- Contabilidad financiera
- Practicas especializadas en empresas locales y en extranjero
- Trabajo final de grado: memoria de creación de empresa (start up)
- Proyecto final de grado: desarrollo de nuevos proyectos empresariales

La estructura del Título de Grado en Liderazgo Emprendedor e Innovación es la siguiente:

TIPO DE MATERIA	CRÉDITOS
Formación básica	60
Obligatorias	94
Optativas	30
Prácticas externas	30
Trabajo Fin de Grado	26
TOTAL	**240**

FORMACIÓN BÁSICA		
○ Rama Ciencias sociales y jurídicas		
- Empresa	Matemáticas empresariales	6
- Empresa	Estadística aplicada	6
- Empresa	Contabilidad	6
- Empresa	Derecho de la empresa	6
- Empresa	Economía de la empresa	6
- Empresa	Ética empresarial	6
- Psicología		**36**
○ Rama Ingeniería y arquitectura		
- Empresa	Ingeniería de producto	8
- Informática	Informatica (Programación básica)	8
		16
○ Rama Artes y Humanidades		
- Idioma moderno	Inglés Empresarial I	8
		8
TOTAL CRÉDITOS		**60**

PLAN DE ESTUDIOS

Plan de estudios de GRADO EN LIDERAZGO EMPRENDEDOR E INNOVACIÓN

PRIMER CURSO					
Primer Semestre	**Tipo**	**ECTS**	**Segundo Semestre**	**Tipo**	**ECTS**
Ingles empresarial	FB	4 - Anual	Inglés empresarial	FB	4 - Anual
Economia de la empresa	FB	3 - Anual	Economia de la empresa	FB	3 - Anual
Informatica	FB	4 - Anual	Informatica	FB	4 - Anual
Derecho de la empresa	FB	3 - Anual	Derecho de la empresa	FB	3 - Anual
Matematicas empresariales	FB	3 - Anual	Matematicas empresariales	FB	3 - Anual
Emprendizaje e intraemprendizaje I	OB	3	Habilidades de aprendizaje individual I	OB	3
Liderazgo I	OB	3	Desarrollo de producto I	OB	3
Gestión del conocimiento I	OB	3	Autogestion y gestion de equipos I	OB	3
Equipos internacionales: Finlandia	OB	5	Gestion de redes sociales I	OB	3
TOTAL		**31**	**TOTAL**		**29**
SEGUNDO CURSO					
Primer Semestre	**Tipo**	**ECTS**	**Segundo Semestre**	**Tipo**	**ECTS**
Ingeniería de producto	FB	4 - Anual	Ingeniería de producto	FB	4 - Anual
Estadistica	FB	3 - Anual	Estadistica	FB	3 - Anual
Contabilidad	FB	3 - Anual	Contabilidad	FB	3 - Anual
Etica empresarial	FB	3 - Anual	Etica empresarial	FB	3 - Anual
Emprendizaje e intraemprendizaje II	OB	3	Pensamientos estratégicos I	OB	3
Liderazgo II	OB	3	Creatividad e Innovacion I	OB	3
Marketing I	OB	3	Gestión de la marca I	OB	3
Servicio al cliente y ventas I	OB	3	OPTATIVAS	OP	8
Silicon Valley: USA	OB	5			
TOTAL		**30**	**TOTAL**		**30**
TERCER CURSO					
Primer Semestre	**Tipo**	**ECTS**	**Segundo Semestre**	**Tipo**	**ECTS**
Programa especialización: Empresas y Emprendedc	OP	5 - Anual	Programa especializacion: Emprendedores soci	OP	5 - Anual
Programa especialización: economia de la experienc	OP	5 - Anual	Programa especializacion: servicios industriales	OP	5 - Anual
Programa especialización: empresas digitales	OP	5 - Anual	Programa especializacion: empresas digitales	OP	5 - Anual
Programa especializacion: empresas de biociencias	OP	5 - Anual	Programa especializacion: empresas de biocier	OP	5 - Anual
Marketing II	OB	3	Autogestion y gestion de equipos II	OB	3
Emprendizaje e intraemprendizaje III	OB	3	Habilidades de aprendizaje individual II	OB	3
Liderazgo III	OB	3	Pensamientos estratégicos II	OB	3
Gestión del conocimiento II	OB	3	Creatividad e innovación II	OB	3
Servicio al cliente y ventas II	OB	3	Desarrollo de producto II	OB	3
Oportunidades en países emergentes: países BRICI	OB	6	Gestion de redes sociales II	OB	3
			Gestion de la marca II	OB	3
OPTATIVAS	OP	4	OPTATIVAS	OP	4
TOTAL		**30**	**TOTAL**		**30**
CUARTO CURSO					
Primer Semestre	**Tipo**	**ECTS**	**Segundo Semestre**	**Tipo**	**ECTS**
Proyecto final: nueva creación	TFG	10 - Anual	Proyecto final: nueva creación	TFG	10 - Anual
Proyecto final: nueva creación	TFG	10 - Anual	Proyecto final: Intraemprendizaje	TFG	10 - Anual
Proyecto final: nueva creación	TFG	10 - Anual	Proyecto final: Erasmus	TFG	10 - Anual
Practicas especializadas en empresas	P	15	Practicas especializadas en empresas	P	15
Trabajo fin de grado : Memoria estratégica start-up	TFG	6			
OPTATIVAS		4			
TOTAL		**35**	**TOTAL**		**25**

LISTADO DE OPTATIVAS ELEGIBLES (exceptuando el programa de especializacion del 3er curso)					
Taller: gestor de la innovacion	OP	4	Taller: gestor de la innovacion	OP	4
Taller: liderazgo	OP	4	Taller: liderazgo	OP	4
Taller: coaching de equipos	OP	4	Taller: coaching de equipos	OP	4
Taller: marketing personal	OP	4	Taller: marketing personal	OP	4
Chino conversacional I	OP	4	Chino conversacional I	OP	4
Chino conversacional II	OP	4	Chino conversacional II	OP	4
Chino conversacional III	OP	4	Chino conversacional III	OP	4

Complementariamente el siguiente cuadro presenta un resumen del plan de estudios del título, incluyendo los módulos que hacen parte de la estructura curricular y los créditos asignados a cada curso académico:

Liderazgo Emprendedor e Innovación

MÓDULOS	PORCENTAJES	1er curso	2º curso	3er curso	4º curso
Fundamentos de la Creación y Gestión de empresas	52ECTS=21%	26	26	0	0
Liderazgo y gestión del conocimiento	27ECTS=11.2%	9	6	12	0
Emprender y el enfoque cliente	27ECTS=11.2%	9	6	12	0
La innovación en red como motor de creación de valor	24ECTS=10%	3	9	12	0
Ciudadanos globales	36ECTS=15%	13	9	10	4
El proceso de creación de empresas y la especialización	48ECTS=20%	0	4	14	30
Proyecto fin de grado	26ECTS=11%	0	0	0	26
Total		60	60	60	60

PROGRAMAS

MÓDULO 0: FUNDAMENTOS DE LA CREACION Y GESTION DE EMPRESAS

Materia/proceso 0.1: Economía y Empresa
Materia/proceso 0.2: Creación de empresas: Gestión económica-financiera
Materia/proceso 0.3: Creación de empresas: Gestión Industrial

Denominación del MÓDULO **FUNDAMENTOS DE LA CREACIÓN Y GESTIÓN DE EMPRESAS**	**52 Créditos ECTS** **ECTS (1300 HORAS)**
Duración y ubicación temporal dentro del plan de estudios Las materias que componen este módulo se imparten principalmente en el primer año de la titulación	
Competencias y resultados del aprendizaje que el estudiante adquiere con dicho módulo 1. Gestionar y administrar una empresa u organización, entendiendo su ubicación competitiva e institucional e identificando sus fortalezas y debilidades. 2. Integrarse en cualquier área funcional de una empresa u organización y desempeñar con soltura cualquier labor de gestión en ella encomendada 3. Emitir informes de asesoramiento sobre situaciones concretas de empresas y mercados 4. Identificar las fuentes de información económica relevante y su contenido 5. Interpretar la información de la empresa para la toma de decisiones 6. El alumno conoce las herramientas técnico-financieras básicas para la creación y operativa empresarial, como son: conocimiento de programación básica para la gestión de aplicaciones informáticas con especial hincapié en las plataformas Web, operativa de contabilidad y control económico-financiero de los estados contables de la empresa, y la ingeniería básica de productos incorporando elementos básicos del proceso productivo.	
Requisitos previos No se han establecido	

MATERIA/PROCESO 0.1	**MATERIA/PROCESO 0.2**	**MATERIA/PROCESO 0.3**
ECONOMÍA Y EMPRESA **18 ECTS** **(450 HORAS)** **FORMACIÓN BÁSICA**	**CREACIÓN DE EMPRESAS: GESTIÓN ECONÓNOMICA-FINANCIERA** **18 ECTS** **(450 HORAS)** **FORMACIÓN BÁSICA**	**CREACIÓN DE EMPRESAS: GESTIÓN TÉCNICA** **16 ECTS** **(150 HORAS)** **FORMACIÓN BÁSICA**

Actividades formativas
Sesiones de equipo en el aula desarrollando teoría
y conceptos asociados a las materias 15 ECTS (Competencias 1,2,3,4,5 y 6)
Ejercicios y casos individuales y en equipo 15 ECTS (Competencias 1,2,3,5 y 6)
Trabajo en equipo valoración de los temas tratados 10 ECTS (Competencias 1,2,3,4,5 y 6)
Lectura de libros y redacción de informes individuales 6 ECTS (Competencias 1,2,4,5 y 6)
Seminarios, charlas y sesiones monográficas 6 ECTS (Competencias 1,2,3,5 y 6)

Sistema de evaluación

Todas las asignaturas del módulo se valorarán siguiendo un procedimiento coherente. El sistema de evaluación utilizado es el de la evaluación continua a nivel individual y de equipo para cada materia (proceso) y asignatura.

Las actividades formativas que se desarrollarán a lo largo de las materias se evaluarán atendiendo a las competencias con indicadores específicos asignados que permitirán:

- Evaluar y acreditar el cumplimiento de los objetivos mínimos en cada asignatura a nivel de equipo. Esta valoración corresponderá como máximo al 70% de la nota final individual del alumno.
- Evaluar el desempeño específico del alumno en asignatura especifica gracias a un proceso de evaluación 360º que se lleva a cabo semestralmente. Esta evaluación incorpora el input del resto de compañeros de la empresa (team company), sus clientes, profesores docentes y el tutor de la empresa (team company). Esta valoración corresponderá como mínimo a un 30% de la nota final individual.

El presente sistema de evaluación promueve y asegura un aprendizaje continuo y evolutivo que integra la dimensión cooperativa a nivel de equipo así como la evaluación del desempeño individual de cada alumno. Del mismo modo incorpora imputs de todos los agentes que interactúan con el aprendizaje del alumno coherente con la teoría de “stakeholders” actual de gestión empresarial.

Breve resumen de contenidos

Dotar al estudiante de los conocimientos básicos sobre las materias más fundamentales necesarios para la creación y gestión de la empresa y el contexto en el que opera; se desarrollaran materias en teoría econ ómica, matemática, estadística, contable, jurídica y organización de empresas u organismos afines a las mismas, aplicando al análisis de los problemas criterios profesionales basados en el manejo de instrumentos técnicos.

- ✓ Materia/proceso ECONOMÍA Y EMPRESA (18 ECTS): Su objetivo es proporcionar al alumno conocimientos sobre el funcionamiento de la empresa y el conocimiento básico de las Instituciones Básicas del derecho Civil y Patrimonial, así como los conocimientos jurídicos, mercantiles, laborales y tributarios aplicables al ámbito empresarial.
- ✓ Materia/proceso CREACIÓN DE EMPRESAS: GESTIÓN ECONÓMICA-FINANCIERA (18 ECTS): Aplicar a problemas reales en el ámbito de la economía empresa fundamentos matemáticos y analizar las técnicas estadísticas necesarias para interpretar la información económica de la misma así como capacitar al alumno para desarrollar e implantar un sistema de costes.
- ✓ Materia/proceso CREACIÓN DE EMPRESAS: GESTIÓN TÉCNICA (16 ECTS): Su objetivo es transmitir y permitir al alumno conocer herramientas básicas de ingeniería e informática para la creación de empresas y desarrollo de nuevos proyectos y productos.

Denominación de la MATERIA/PROCESO 0.1 **ECONOMÍA Y EMPRESA**	**Créditos ECTS** **18 ECTS (450 HORAS)** **Optativa/Obligatoria**

Duración y ubicación temporal dentro del plan de estudios

Las tres asignaturas que componen esta materia se imparten en el primer curso del grado, siendo de formación básica. Las tres asignaturas de esta materia son:

Economía de la empresa – 1er curso

Derecho Empresarial – 1er curso

Ética empresarial – 2 curso

Competencias y resultados de aprendizaje que el estudiante adquiere con dicha asignatura

1. Entender la ubicación competitiva e institucional de la organización identificando sus fortalezas y debilidades.
2. Interpretar la información de la empresa para la toma de decisiones
3. Conocer las diferentes funciones que hay dentro de una empresa: producción, financiera, comercial y organización.
4. Lograr el dominio de la gestión de documentos empresariales en relación con las distintas funciones empresariales.
5. Conocimiento de la normativa vigente en materia de derecho civil, mercantil, administrativo, fiscal y laboral aplicable en el ámbito de la empresa respecto a la organización y la actividad empresarial.
6. Capacidad para buscar, aplicar e interpretar la normativa jurídica aplicable a la empresa en cada caso.

Requisitos previos

- No se han establecido

ASIGNATURA	**ASIGNATURA**	**ASIGNATURA**
Economía de la Empresa **6 ECTS, 150 horas** **Formación básica**	**Derecho empresarial** **6 ECTS, 150 horas** **Formación básica**	**Ética empresarial** **6 ECTS, 150 horas** **Formación básica**

Actividades formativas
Sesiones de equipo en el aula desarrollando teoría y conceptos asociados a las materias
5 ECTS (Competencias 1,2,3,4,5 y 6)
Realización de ejercicios y casos individuales y en equipo 5 ECTS (Competencias 1,2,3,5 y 6)
Trabajo en equipo valoración de los temas tratados 4 ECTS (Competencias 1,2,3,4,5 y 6)
Lectura de libros y redacción de informes individuales 2 ECTS (Competencias 1,2,4,5 y 6)
Seminarios, charlas y sesiones monográficas de ponentes 2 ECTS (Competencias 1,2,3,5 y 6)

Sistema de evaluación

✓ Todas las asignaturas de la materia se evaluarán mediante el sistema de evaluación continua a través de la cual se proporciona una información constante, tanto a los profesores como a los estudiantes, de la situación del aprendizaje de la materia a lo largo del período académico.

✓ Del mismo modo se han definido los siguientes indicadores específicos que guiaran el proceso de evaluación que cada alumno ha de cumplir para superar la materia a final del curso con independencia del itinerario/asignatura de especialización del alumno.

1. Los alumnos deberán redactar un informe final por cada una de las sesiones intensivas de especialización.
2. Los alumnos harán una presentación pública de materialización (birth giving) del aprendizaje del programa.

Breve resumen de contenidos

Economía de la empresa
Naturaleza de la empresa y el empresario
Teorías de la administración
La organización y su entorno
Elaboración de documentos empresariales
Funciones básicas de la empresa
Derecho empresarial
Fuentes del Derecho.
Persona física y jurídica.
Obligaciones
Formas jurídicas societarias, en especial SA y SL.
Registro mercantil.
Títulos valores, en especial, letra de cambio y cheque.
Teoría general de los contratos mercantiles.
Régimen jurídico de cooperativas.
Procedimiento administrativo general
Concepto de Derecho tributario
Teoría General de la Contratación laboral
Tipos de contratos
Nociones básicas de Seguridad Social
Estatuto de los Autónomos
Prevención de riesgos laborales y salud laboral
Ética Empresarial
Misión, visión y valores
Cultura empresarial
Responsabilidad social corporativa
Liderazgo ético

Denominación de la MATERIA/PROCESO 0.2 **CREACION DE EMPRESAS: GESTION ECONOMICO-FINANCIERA**	**Créditos ECTS** **16 ECTS (400 HORAS)** **Optativa/Obligatoria**

Duración y ubicación temporal dentro del plan de estudios

Las tres asignaturas que componen esta materia se imparten en el primer y segundo curso del grado, siendo de formación básica. Las tres asignaturas de esta materia son:

Estadística empresarial – 1er curso

Matemática empresarial – 1er curso

Contabilidad – 2 curso

Competencias y resultados de aprendizaje que el estudiante adquiere con dicha asignatura

1. Identificar, gestionar y administrar la información económico-financiera para el registro de las operaciones de inversión y financiación.
2. Interpretar la información económico-financiera de la empresa y aportar información básica necesaria para la toma de decisiones relativas al ámbito de la Contabilidad de Gestión.
3. Proporciona herramientas básicas para poder manejar modelos matemáticos relacionados con problemas económicos
4. Conocimientos y manejo de técnicas instrumentales estadísticas útiles a la hora de interpretar la información de la empresa para la toma de decisiones.

Requisitos previos

- No se han establecido

ASIGNATURA **Contabilidad** **6 ECTS, 150 horas** **Formación básica**	**ASIGNATURA** **Estadística empresarial** **6 ECTS, 150 horas** **Formación básica**	**ASIGNATURA** **Matemática empresarial** **6 ECTS, 150 horas** **Formación básica**

Actividades formativas

Sesiones de equipo en el aula desarrollando teoría y conceptos asociados a las materias	5 ECTS (Competencias 1,2,3 y 4)
Realización de ejercicios y casos individuales y en equipo	5 ECTS (Competencias 1,2,3 y 4)
Trabajo en equipo valoración de los temas tratados	4 ECTS (Competencias 1,2,3 y 4)
Lectura de libros y redacción de informes individuales	2 ECTS (Competencias 1,2,3 y 4)
Seminarios, charlas y sesiones monográficas de ponentes	2 ECTS (Competencias 1,2,3 y 4)

Sistema de evaluación

✓ Todas las asignaturas de la materia se evaluarán mediante el sistema de evaluación continua a través de la cual se proporciona una información constante, tanto a los profesores como a los estudiantes, de la situación del aprendizaje de la materia a lo largo del período académico.

✓ Del mismo modo se han definido los siguientes indicadores específicos que guiaran el proceso de evaluación que cada alumno ha de cumplir para superar la materia a final del curso con independencia del itinerario/asignatura de especialización del alumno.

1. Los alumnos deberán redactar un informe final por cada una de las sesiones intensivas de especialización.
2. Los alumnos harán una presentación pública de materialización (birth giving) del aprendizaje del programa.

Breve resumen de contenidos

Contabilidad
Introducción a la contabilidad de gestión
Conceptos básicos sobre coste
Sistemas de calculo de costes
Metodología del calculo de costes

Matemática Empresarial
Cálculo matricial / Resolución de sistemas
Cálculo diferencial de una y varias variables: límite, continuidad, diferenciabilidad, optimización, funciones implícitas, ecuaciones diferenciales
Cálculo integral
Aplicaciones a problemas reales

Estadística Empresarial
Estadística descriptiva
Regresión MCO
Series temporales
Probabilidad
Variables aleatorias discretas y continuas
Estimación
Contrastes

Denominación de la MATERIA/PROCESO 0.3 **CREACIÓN DE EMPRESAS: GESTIÓN TÉCNICA**	**Créditos ECTS** **16 ECTS (400 HORAS)** **Optativa/Obligatoria**

Duración y ubicación temporal dentro del plan de estudios

Las dos asignaturas que componen esta materia se imparten en el primer y segundo curso del grado, siendo de formación básica. Las tres asignaturas de esta materia son:

Informática (Programación básica) – 2 curso

Ingeniería de producto – 2 curso

Competencias y resultados de aprendizaje que el estudiante adquiere con dicha asignatura

1. Adquirir los conceptos fundamentales de programación Web para el desarrollo de aplicaciones de gestión, gracias a conocimientos básicos de programación como son principalmente: HTML estático y dinámico con Javascript, Flash, PHP, Visual Basic y conocimientos básicos de Bases de datos. El alumno estará familiarizado con el uso de programas como: Dreamweaver, Macromedia Flash, Adobe Photoshop, Oracle entre otros.
2. Conocer algunos aspectos básicos del desarrollo de aplicaciones distribuidas, en particular el desarrollo de aplicaciones Web en varias capas y programación en servidor, y cuestiones claves para el desarrollo de aplicaciones de gestión como el procesamiento de formularios, el acceso a bases de datos relacionales o la generación dinámica de interfaces, así como las principales herramientas para sindicacion, publicación y gestión de contenidos Web.
3. Desarrollar su propia página Web y la de su empresa (team company) asimilando la importancia de su uso y mantenimiento.
4. Valorar en el contexto del desarrollo tecnológico la importancia del Concepto de Producto y su relación con el Mercado, conociendo las diferentes fases del proceso de diseño de un producto nuevo, desde la detección de la Oportunidad en el Mercado hasta la Industrialización y Lanzamiento al mercado del nuevo producto.
5. Conocer una metodología de desarrollo de producto y aplicar las principales herramientas que facilitan, en cada una de las fases del proceso de diseño y desarrollo del producto, el cumplimiento de los objetivos de cara a conseguir la satisfacción de las necesidades del cliente y la experiencia satisfactoria del usuario.
6. Aplicar las posibilidades que ofrece el diseño modular, la parametrización y la racionalización para ampliar el catálogo de la empresa disminuyendo los costes y facilitando la fabricación. Evaluar y conocer herramientas como los configuradores de producto y los de proceso.

Requisitos previos

- No se han establecido

ASIGNATURA **Informática** **8 ECTS, 200 horas** **Formación básica**	**ASIGNATURA** **Ingeniería de producto** **8 ECTS, 200 horas** **Formación básica**

Actividades formativas
Sesiones de equipo en el aula desarrollando teoría y conceptos asociados a las materias
5 ECTS (Competencias 1,2,3,4,5 y 6)
Realización de ejercicios y casos individuales y en equipo 5 ECTS (Competencias 1,2,3,5 y 6)
Trabajo en equipo valoración de los temas tratados 2 ECTS (Competencias 1,2,3,4,5 y 6)
Lectura de libros y redacción de informes individuales 2 ECTS (Competencias 1,2,4,5 y 6)
Seminarios, charlas y sesiones monográficas de ponentes 2 ECTS (Competencias 1,2,3,5 y 6)

Sistema de evaluación

✓ Todas las asignaturas de la materia se evaluarán mediante el sistema de evaluación continua a través de la cual se proporciona una información constante, tanto a los profesores como a los estudiantes, de la situación del aprendizaje de la materia a lo largo del período académico.

✓ Del mismo modo se han definido los siguientes indicadores específicos que guiaran el proceso de evaluación que cada alumno ha de cumplir para superar la materia a final del curso con independencia del itinerario/asignatura de especialización del alumno.

Programación básica

1. Los alumnos realizarán por lo menos dos proyectos de desarrollo de pagina Web dinámica que incorpore: HTML, XHTML, Hojas de estilo, Flash y acceso a base de datos. Una de ellas puede ser la de su propia empresa (team company).
2. Los alumnos deberán redactar un informe final por cada una de las sesiones intensivas de especialización.
3. Los alumnos harán una presentación pública de materialización (birth giving) del aprendizaje del programa.

Ingeniería de producto

1. Los alumnos realizarán por lo menos dos proyectos de desarrollo de ingeniería de producto. Uno de ellos puede ser el análisis y re-ingeniería de un producto existente.
2. Los alumnos deberán redactar un informe final por cada una de las sesiones intensivas de especialización.
3. Los alumnos harán una presentación pública de materialización (birth giving) del aprendizaje del programa.

Breve resumen de contenidos

Programación básica

Aplicaciones Web y Web 2.0
Lenguajes de programación: HTML, XHTML, Flash, Visual Basic,…
Estándares Web y experiencia de usuario
HTML: Estructura, Elementos y tipos, Atributos, Encabezados, Tablas y Formularios.
Hojas de Estilo, JavaScript, HTML Dinámico, Programación de Servidor en Java, Bases de datos.

LIBROS:
E. Castro. «HTML con XHTML y CSS». Anaya, 2003.
D. Goodman. «JavaScript & HTML Cookbook». O'Reilly, 2003.
A. Subrahmanyam. «Programación Java Server con J2EE edición 1.3 ». Anaya Multimedia.- Wrox. 2003.

Ingeniería de producto

Introducción al concepto de producto: mercado
Proceso de lanzamiento de nuevo producto
análisis de oportunidades de mercado
Cuaderno de especificaciones
Generación del concepto de un producto
Arquitectura del producto
Ciclo de diseño de un producto nuevo y su proceso de fabricación
Métodos para el contraste y la optimización del nuevo diseño
Herramientas de simulación para la validación de un producto
Prototipado para validación del producto
Ensayos de validación y homologación del producto
Industrialización de un producto
diseño y automatización del ciclo de pedido
El proceso del LMP en un entorno disperso

LIBROS:
Ezio Manzini, "Artefactos" y "La Materia de la Invención"
Karl T. Ulrich, "Product Design & Development"
Baxter, Mike "Product Design"
Robert Tasinari "El producto adecuado"
Diaz de Santos "La calidad en el area de diseño - AIN"
G. Atshuller "Introducción a la innovación sistemática. TRIZ"
Internet Global: www.oepm.es, www.aenor.es, www.uspto.gov
R. Calero y J.A. Carta, "Fundamentos de mecanismos y máquinas para ingenieros", McGraw Hill, 1999.
K.J. Bathe, "Finite Element Procedures", Prentice Hall, 1997.
Erdman y Sandor, "Mechanism Design. Analysis and Synthesis, Vol I", Prentice Hall, 1997

MODULO 1: LIDERAZGO Y GESTION DEL CONOCIMIENTO

Materia / proceso 1.1: HABILIDADES DE APRENDIZAJE INDIVIDUAL
Materia / proceso 1.2: LIDERAZGO
Materia / proceso 1.3: GESTION DEL CONOCIMIENTO
Materia / proceso 1.4: DESARROLLO DE PRODUCTO

Denominación del MÓDULO	**Créditos ECTS**
LIDERAZGO Y GESTION DEL CONOCIMIENTO	**27 ECTS (675 HORAS)**

Duración y ubicación temporal dentro del plan de estudios

Las materias que componen este módulo se imparten a lo largo de los tres primeros años de la titulación

Competencias y resultados del aprendizaje que el estudiante adquiere con dicho módulo

1. Conocer, gestionar y poner en práctica el uso de las herramientas de aprendizaje individual así como asumir la importancia de este en la competitividad de las empresas intensivas en conocimiento.
2. Conocer, profundizar y asumir posiciones de liderazgo dentro de la empresa, cada alumno desarrolla y pone en práctica su propio estilo de liderazgo.
3. Conocer los diferentes tipos de conocimiento, sus características y las claves del proceso de generación en la empresa, a fin de poder gestionarlo como uno de los pilares del éxito de las empresas intensivas en conocimiento.
4. Conocer las herramientas de desarrollo de producto transformando la naturaleza intangible del conocimiento en productos y ofertas específicas para clientes reales.

Requisitos previos

No se han establecido

MATERIA / PROCESO 1.1	**MATERIA / PROCESO 1.2**	**MATERIA / PROCESO 1.3**	**MATERIA / PROCESO 1.4**
HERRAMIENTAS DE APRENDIZAJE INDIVIDUAL / PERSONAL LEARNING SKILLS **6 ECTS (150 HORAS)** **F. OBLIGATORIA**	**LIDERAZGO / LEADERSHIP** **9 ECTS (225 HORAS)** **F. OBLIGATORIA**	**GESTIÓN DEL CONOCIMIENTO / KNOWLEDGE MANAGEMENT** **6 ECTS (150 HORAS)** **F. OBLIGATORIA**	**DESARROLLO DE PRODUCTO / OFFERING** **6 ECTS (150 HORAS)** **F. OBLIGATORIA**

Actividades formativas

1. Sesiones de equipo en el aula desarrollando teoría y conceptos asociados a las materias y a los proyectos individuales y de equipo — 5 ECTS (Competencias 1,2,3 y 4)
2. Realización de proyectos internos del team company — 5 ECTS (Competencias 1,2,3 y 4)
3. Realización de proyectos con empresas reales — 5 ECTS (Competencias 1,2,3 y 4)
4. Lectura de libros y redacción de informes individuales — 5 ECTS (Competencias 1,2,3 y 4)

5. Asumir posición de liderazgo en equipo y en proyectos	4 ECTS (Competencias 2)
6. Aplicación de las TICs	1 ECTS (Competencias 2, 3 y 4)
7. Seminarios, charlas y sesiones monográficas de ponentes	1 ECTS (Competencias 2, 3 y 4)
8. Tutoría grupal o individual y evaluación	1 ECTS (Competencias 1,2,3 y 4)

Sistema de evaluación

Todas las asignaturas del módulo se valorarán siguiendo un procedimiento coherente. El sistema de evaluación utilizado es el de la evaluación continua a nivel individual y de equipo para cada materia (proceso) y asignatura.

Las actividades formativas que se desarrollarán a lo largo de las materias se evaluarán atendiendo a las competencias con indicadores específicos asignados que permitirán:

- Evaluar y acreditar el cumplimiento de los objetivos mínimos en cada asignatura a nivel de equipo. Esta valoración corresponderá como máximo al 70% de la nota final individual del alumno.
- Evaluar el desempeño específico del alumno en asignatura especifica gracias a un proceso de evaluación 360% que se lleva a cabo semestralmente. Esta evaluación incorpora el input del resto de compañeros de la empresa (team company), sus clientes, profesores docentes y el tutor de la empresa (team company). Esta valoración corresponderá como mínimo a un 30% de la nota final individual.

El presente sistema de evaluación promueve y asegura un aprendizaje continuo y evolutivo que integra la dimensión cooperativa a nivel de equipo así como la evaluación del desempeño individual de cada alumno. Del mismo modo incorpora inputs de todos los agentes que interactúan con el aprendizaje del alumno coherente con la teoría de “stakeholders” actual de gestión empresarial.

Breve resumen de contenidos

Dotar al estudiante de los conocimientos, aptitudes y experiencias sobre el papel individual de las personas como dinamizadores del cambio en las empresas intensivas en conocimiento. Tiene lugar un proceso evolutivo que combina la asimilación de la base teórica con la experiencia personal del alumno en proyectos reales en la empresa internamente y con clientes.
En este modulo de aprendizaje individual destacan las siguientes fases: importancia y compromiso del aprendizaje individual, desarrollo de capacidades de liderazgo, gestión del conocimiento y desarrollo de producto o capacidad de transformar el conocimiento en productos tangibles en el mercado. Estas fases de aprendizaje individual del alumno se desarrollan a través de los procesos siguientes que componen el modulo:
✓ Proceso de HABILIDADES DE APRENDIZAJE INDIVIDUAL (6 ECTS): Su objetivo es introducir al alumno en la importancia del compromiso personal en el aprendizaje individual, dotándole de herramientas como “el contrato de aprendizaje” que le permitan al alumno no solo conocer la base teórica sino también poner en practica estas aptitudes.
✓ Proceso de LIDERAZGO (9 ECTS): Su objetivo es el introducir y desarrollar la importancia del liderazgo en la gestión de empresas intensivas en conocimiento. El alumno partiendo de la teoría asumirá posiciones de liderazgo en proyectos internos de su empresa (team company) y externos con clientes permitiéndole asimilar la importancia del liderazgo aplicado a experiencias y casos reales.
✓ Proceso de GESTION DEL CONOCIMIENTO (9 ECTS): Su objetivo es transmitir y permitir al alumno conocer las claves de la gestión del conocimiento como clave estratégica de las empresas intensivas en conocimiento. El alumno podrá poner en práctica los conocimientos teóricos a través de proyectos reales.
✓ Proceso de DESARROLLO DE PRODUCTO (9 ECTS): Su objetivo es desarrollar la capacidad de transformar el conocimiento en ofertas reales para clientes, de forma que el alumno asimile la importancia de transformar la dimensión física e intangible del conocimiento en productos tangibles para clientes reales.

Denominación de la MATERIA / PROCESO 1.1 **HABILIDADES DE APRENDIZAJE INDIVIDUAL**	**Créditos ECTS** **6 ECTS (150 HORAS)** **Formación Obligatoria**

Duración y ubicación temporal dentro del plan de estudios

Las dos asignaturas que componen esta materia se imparten en el primer y tercer curso, abarcando la misma materia con diversos grados de profundización y manejabilidad de las herramientas:

Habilidades de aprendizaje individual I - 1º curso

Habilidades de aprendizaje individual II- 3º curso

Competencias y resultados de aprendizaje que el estudiante adquiere con dicha asignatura

1. El alumno descubre la forma de aprender que más se adapta a él y también cómo aprovechar al máximo sus cualidades. Sabe coordinar el aprendizaje, el emprendizaje y los proyectos valiéndose del contrato de aprendizaje.

2. El alumno entiende tanto en la teoría como en la práctica cómo aprender mediante la realización de proyectos. Sabe valerse del equipo como herramienta para desarrollar habilidades personales.

3. El alumno sabe manejar las teorías sobre las herramientas de aprendizaje individual y es capaz de ponerlos en práctica.

Requisitos previos

- No se han establecido

ASIGNATURA **Habilidades de aprendizaje individual I** **3 ECTS, 75 horas** Obligatoria	**ASIGNATURA** **Habilidades de aprendizaje individual II** **3 ECTS, 75 horas** Obligatoria

Actividades formativas

Sesiones de equipo en el aula desarrollando teoría y conceptos asociados a las materias y a los proyectos individuales y de equipo	2 ECTS (Competencias 1,2 y 3)
Realización de proyectos internos del team company	0.3 ECTS (Competencias 1,2 y 3)
Realización de proyectos con empresas reales	0.3 ECTS (Competencias 2 y 3)
Lectura de libros y redacción de informes individuales	1 ECTS (Competencias 1,2 y 3)
Asumir posición de liderazgo en equipo y en proyectos	1 ECTS (Competencias 2 y 3)
Aplicación de las TICs	0.2 ECTS (Competencias 1, 2 y 3)
Seminarios, charlas y sesiones monográficas de ponentes	0.2 ECTS (Competencias 2, 3)
Tutoría grupal o individual y evaluación	1 ECTS (Competencias 1,2 y 3)

Sistema de evaluación

✓ Todas las asignaturas de la materia se evaluarán mediante el Sistema de evaluación continua a través de la cual se proporciona una información constante, tanto a los profesores como a los estudiantes, de la situación del aprendizaje de la materia a lo largo del período académico.

✓ Del mismo modo se han definido los siguientes indicadores específicos que cada alumno de cada empresa (team company) ha de cumplir para superar la asignatura a final del curso.

Habilidades de aprendizaje individual I

1. Cada miembro sabe cómo hacer contratos de aprendizaje en nuestro equipo como un proceso continuo.
2. Todos los miembros del equipo tienen sus contratos de aprendizaje publicados en intranet para las fechas: 15.10, 15.1., 15.3., 15.5.
3. Todos los miembros del equipo tienen sus informes publicados en la intranet.
4. Todos los miembros del equipo tienen su propio plan de lectura. Los planes de lectura están en marcha y todos los miembros del equipo saben aplicar la teoría en la práctica.
5. Es algo habitual tener un diario de formación (como libro y en Excel).
6. Se ha empezado a juntar las carpetas y estas se actualizan regularmente.
7. Todos los miembros del equipo tienen al menos 40 puntos de lectura para finales de mayo.

Habilidades de aprendizaje individual II

1. Todos los miembros del equipo tienen una carpeta que es considerada una herramienta útil dentro del equipo. Las carpetas han sido examinadas con el equipo y el tutor.
2. Todos los miembros del equipo tienen al menos 120 puntos de lectura para finales de mayo.

Breve resumen de contenidos

Habilidades de aprendizaje individual I

La forma individual de aprendizaje, conocer los puntos fuertes de cada uno, planear el aprendizaje individual, usar las herramientas individuales de aprendizaje. Aprender haciendo y desarrollo de competencias personales dentro del equipo.

LIBROS:

The Learning Revolution: A Life-Long Learning Program for the World's Finest Computer - Your Amazing Brain, Gordon Dryden & Jeannette Vos, 1994

The Power of Diversity: New Ways of Learning and Teaching Through Learning Styles (Visions of Education) by Barbara Prashnig (Paperback - 1 May 2004)

Habilidades de aprendizaje individual II

El emprendizaje como herramienta de aprendizaje, desarrollo de competencias personales dentro del equipo y del grupo de proyecto.

LIBRO: Emotional Intelligence by Daniel P. Goleman (Paperback - 27 Sep 2005)

Denominación de la MATERIA / PROCESO 1.2 **LIDERAZGO**	**Créditos ECTS** **9 ECTS (225 HORAS)** **Formación Obligatoria**

Duración y ubicación temporal dentro del plan de estudios

Las tres asignaturas que componen esta materia se imparten a lo largo de los 3 primeros cursos siendo las tres asignaturas consecutivas y abarcando la misma materia con diversos grados de profundización y manejabilidad de las herramientas:

Liderazgo I- 1º curso

Liderazgo II- 2º curso

Liderazgo III- 3º curso

Competencias y resultados de aprendizaje que el estudiante adquiere con dicha asignatura

- El alumno conoce la base del liderazgo operativo y táctico de una empresa. Sabe cómo utilizar los instrumentos más esenciales a la hora de gestionar el trabajo: reuniones, informes, gestión del tiempo y desarrollo de las conversaciones.
- El alumno sabe gestionar proyectos y situarlos para que sean complementarios a los objetivos y la visión de la empresa. Gestiona las redes principales y sabe cómo utilizar la red de la empresa en las operaciones comerciales.
- El alumno conoce las bases de la planificación estratégica y el cumplimiento de la misma. Tiene el conocimiento básico de la gestión del cambio.

Requisitos previos

- No se han establecido

ASIGNATURA **Liderazgo I** **3 ECTS, 75 horas** Obligatoria	**ASIGNATURA** **Liderazgo II** **3 ECTS, 75 horas** Obligatoria	**ASIGNATURA** **Liderazgo III** **3 ECTS, 75 horas** Obligatoria

Actividades formativas

Sesiones de equipo en el aula desarrollando teoría y conceptos asociados a las materias y a los proyectos individuales y de equipo	2 ECTS (Competencias 1,2 y 3)
Realización de proyectos internos del team company	2 ECTS (Competencias 1,2 y 3)
Realización de proyectos con empresas reales	2 ECTS (Competencias 2 y 3)
Lectura de libros y redacción de informes individuales	1.1 ECTS (Competencias 1,2 y 3)
Asumir posición de liderazgo en equipo y en proyectos	0.3 ECTS (Competencias 2 y 3)
Aplicación de las TICs	0.3 ECTS (Competencias 1, 2 y 3)
Seminarios, charlas y sesiones monográficas de ponentes	0.3 ECTS (Competencias 2, 3)
Tutoría grupal o individual y evaluación	1 ECTS (Competencias 1,2 y 3)

Sistema de evaluación

✓ Todas las asignaturas de la materia se evaluarán mediante el Sistema de evaluación continua a través de la cual se proporciona una información constante, tanto a los profesores como a los estudiantes, de la situación del aprendizaje de la materia a lo largo del período académico.

✓ Del mismo modo se han definido los siguientes indicadores específicos que cada alumno de cada empresa (team company) ha de cumplir para superar la asignatura a final del curso.

Liderazgo I

1. El alumno entiende el "Hit MR philosophy" como una filosofía de liderazgo (Desafiar el proceso, visión compartida, hacer posible la acción, enseñar el camino y animar el corazón). Más información sobre Hit Mr. philosophy: Kouzes and Posner: *The Leadership Challenge* (Jossey-Bass, 4th edition, 2007)
2. Los alumnos trabajan juntos en su propia empresa (team company).
3. Los alumnos entienden que el liderazgo es necesario en su empresa. Tienen un grupo que lidera y entiende el significado del Modelo de Aprendizaje a la hora de liderar la empresa.
4. Los alumnos tienen un objetivo común y entienden su significado.

Liderazgo II

1. Cada miembro del equipo entiende la importancia de escribir un modelo basado en conocimientos teóricos que se puede usar para resolver un problema práctico y también la de medir los resultados. Debido a la medición los alumnos realizan cambios mensualmente.
2. Hay muchos candidatos para los puestos de dirección. Cada alumno puede crear una carrera como líder: sé valiente.
3. La empresa (team company) tiene una estrategia basada en el Modelo de Aprendizaje de la titulación y está funcionando.

Liderazgo III

1. El liderazgo es valorado y los líderes toman decisiones que son llevadas a cabo.
2. Los que están en posiciones de liderazgo se ganan su puesto día a día.
3. Los alumnos se encargan de que haya personas de su empresa (al menos una) con alguna función en la unidad de emprendizaje de la facultad Mondragon Team Factory. Grandes proyectos, foros.
4. Los alumnos saben como llevar a cabo sus acciones propias a nivel individual y de equipo.
5. Todos los miembros de cada empresa (team company) han afrontado el reto de una posición de liderazgo.

Breve resumen de contenidos

Liderazgo I

Presentación de informes, las reuniones como herramienta para la gestión, la gestión del tiempo, el desarrollo de conversaciones y el establecimiento de objetivos.

LIBROS:
Kouzes and Posner: *The Leadership Challenge* (Jossey-Bass, 4th edition, 2007),
Managing Performing Living by Fredmund Malik (- 2006)
Making It Happen: Fable About Project Management by Mackenzie Kyle (- May 1998)

Liderazgo II
Diseñar y gestionar un proyecto, trabajar en contacto directo con las redes.
LIBRO: First Things First by Stephen R. Covey and A.Roger Merrill (- 4 Jan 1999)

Liderazgo III
Pensamiento estratégico y acción, gestión de los cambios y gestión de las redes.
LIBRO: The Dance of Change: The Challenges of Sustaining Momentum in Learning Organizations (A Fifth Discipline Resource) by Peter M. Senge (15 April 1999)

Denominación de la MATERIA / PROCESO 1.3 **GESTION DEL CONOCIMIENTO**	**Créditos ECTS** **6 ECTS (150 HORAS)** **Formación Obligatoria**

Duración y ubicación temporal dentro del plan de estudios

Las tres asignaturas que componen esta materia se imparten a lo largo de los 3 primeros cursos siendo las tres asignaturas consecutivas y abarcando la misma materia con diversos grados de profundización y manejabilidad de las herramientas:

Gestión del conocimiento I- 1º curso

Gestión del conocimiento II- 3º curs

Competencias y resultados de aprendizaje que el estudiante adquiere con dicha asignatura

1. El alumno entiende la base de las teorías del conocimiento y sabe cómo se construyen los entornos del conocimiento. Sabe utilizar las herramientas TICs con el fin de facilitar la comunicación.

2. El alumno entiende cómo el nuevo conocimiento es creado, desarrollado y utilizado en una empresa. Sabe cómo difundir el conocimiento mediante el uso de diversos canales y sabe cómo transformar el conocimiento tácito en explícito.

3. El alumno comprende las teorías de la gestión del conocimiento y sabe cómo utilizar las herramientas y los métodos de ella. Es capaz de crear entornos de conocimiento que son creados y transformados individualmente. Sabe cómo compartir y volver a modificar información dentro de una organización.

Requisitos previos

- No se han establecido

ASIGNATURA **Gestión del Conocimiento I** **3 ECTS, 75 horas** **Obligatoria**	**ASIGNATURA** **Gestión del Conocimiento II** **3 ECTS, 75 horas** Obligatoria	**ASIGNATURA** **Gestión del Conocimiento III** **3 ECTS, 75 horas** Obligatoria

Actividades formativas

Sesiones de equipo en el aula desarrollando teoría y conceptos asociados a las materias y a los proyectos individuales y de equipo	1 ECTS (Competencias 1,2 y 3)
Realización de proyectos internos del team company	1 ECTS (Competencias 1,2 y 3)
Realización de proyectos con empresas reales	1 ECTS (Competencias 2 y 3)
Lectura de libros y redacción de informes individuales	1 ECTS (Competencias 1, 2 y 3)
Asumir posición de liderazgo en equipo y en proyectos	0.2 ECTS (Competencias 3)
Aplicación de las TICs	1 ECTS (Competencias 1, 2 y 3)
Seminarios, charlas y sesiones monográficas de ponentes	0.2 ECTS (Competencias 3)
Tutoría grupal o individual y evaluación	0.6 ECTS (Competencias 1,2 y 3)

Sistema de evaluación

✓ Todas las asignaturas de la materia se evaluarán mediante el Sistema de evaluación continua a través de la cual se proporciona una información constante, tanto a los profesores como a los estudiantes, de la situación del aprendizaje de la materia a lo largo del período académico.

✓ Del mismo modo se han definido los siguientes indicadores específicos que cada alumno de cada empresa (team company) ha de cumplir para superar la asignatura a final del curso.

Gestión del conocimiento I

1. Los alumnos de cada empresa (team company) entienden los cuatro tipos de conocimiento de Nonaka y Takeuchi. Más información en el libro: *The Knowledge-Creating Company* (Oxford University Press, 1995).
2. Los alumnos utilizan activamente intranet y aprenden a utilizar las versiones más nuevas de la misma.
3. Los alumnos han llevado a cabo dos sesiones de materialización (Birth giving sessions) para sus clientes.
4. Cada alumno entiende la diferencia entre una empresa y un equipo.
5. Los alumnos aplican las teorías a la hora de trabajar en su empresa (team company).

Gestión del conocimiento II

1. Las continuas visitas a los clientes, las sesiones de materialización (birth giving), el intercambio de conocimientos y la difusión de nuevos conocimientos son parte del trabajo diario de los alumnos. Colocan constantemente documentos en intranet para transmitir conocimientos.
2. Los alumnos entienden el significado del flujo de conocimiento. Realizan proyectos fuera de su empresa (team company).
3. Los alumnos han hecho por lo menos cinco sesiones de materialización / cristalización para sus clientes.
4. Los alumnos saben identificar y afrontar los retos y problemas de sus clientes.
5. Los alumnos han hecho por lo menos ocho sesiones de materialización para sus clientes.
6. Los alumnos crean nuevos conocimientos para sus clientes. Envian mensualmente el boletín de Mondragon Team Factory a sus clientes.

Breve resumen de contenidos

Gestión del conocimiento I
Teoría del conocimiento y la aplicación de ésta a la práctica, diferentes tipos de conocimiento.
LIBRO: The Knowledge-creating Company: How Japanese Companies Create the Dynamics of Innovation by Ikujiro Nonaka and Hirotaka Takeuchi (7 Sep 1995)

Gestión del conocimiento II
Intercambio de conocimientos a través de diversos canales y creación de entornos de conocimiento. Teorías del conocimiento, innovaciones y conocimientos, pilotos como creadores de conocimiento y prácticas.

LIBROS:
Good to Great by Jim Collins (- 4 Oct 2001)
Wisdom of Strategic Learning: The Self Managed Learning Solution (Developing Organizations) by Ian Cunningham (1 May 1994)
Thriving on Chaos: Handbook for a Management Revolution by Tom Peters (- 30 Jun 1989)

Denominación de la MATERIA / PROCESO 1.4 **DESARROLLO DE PRODUCTO**	**Créditos ECTS** **6 ECTS (15 0HORAS)** **Formación Obligatoria**

Duración y ubicación temporal dentro del plan de estudios

Las tres asignaturas que componen esta materia se imparten a lo largo de los 3 primeros cursos siendo las tres asignaturas consecutivas y abarcando la misma materia con diversos grados de profundización y manejabilidad de las herramientas:

Desarrollo de producto I- 1º curso

Desarrollo de producto II- 2º curso

Competencias y resultados de aprendizaje que el estudiante adquiere con dicha asignatura

1. El alumno entiende cómo se desarrollan los productos de manera conjunta con los clientes. Sabe establecer el precio de sus productos.

2. El alumno tiene los conocimientos y las habilidades para producir servicios basados en el conocimiento y la experiencia. Sabe describir su contenido a los clientes y a la gente que está dentro de la organización.

3. El alumno entiende el negocio del cliente y los retos utilizando varios métodos. Sabe cómo regenerar los productos existentes con la ayuda de la experiencia que ha obtenido con la producción, dotando a los productos del valor añadido fruto de la experiencia del usuario.

Requisitos previos

- No se han establecido

ASIGNATURA **Desarrollo de producto I** **3 ECTS, 75 horas** Formación Obligatoria	**ASIGNATURA** **Desarrollo de producto II** **3 ECTS, 75 horas** Formación Obligatoria	

Actividades formativas

Sesiones de equipo en el aula desarrollando teoría y conceptos asociados a las materias y a los proyectos individuales y de equipo	0.5 ECTS (Competencias 1,2 y 3)
Realización de proyectos internos del team company	0.5 ECTS (Competencias 1 y 2)
Realización de proyectos con empresas reales	2 ECTS (Competencias 1, 2 y 3)
Lectura de libros y redacción de informes individuales	1 ECTS (Competencias 1, 2 y 3)
Asumir posición de liderazgo en equipo y en proyectos	0.2 ECTS (Competencias 2 y 3)
Aplicación de las TICs	1 ECTS (Competencias 1, 2 y 3)
Seminarios, charlas y sesiones monográficas de ponentes	0.2 ECTS (Competencias 3)
Tutoría grupal o individual y evaluación	0.6 ECTS (Competencias 1,2 y 3)

Sistema de evaluación

✓ Todas las asignaturas de la materia se evaluarán mediante el Sistema de evaluación continua a través de la cual se proporciona una información constante, tanto a los profesores como a los estudiantes, de la situación del aprendizaje de la materia a lo largo del período académico.

✓ Del mismo modo se han definido los siguientes indicadores específicos que cada alumno de cada empresa (team company) ha de cumplir para superar la asignatura a final del curso.

Desarrollo de producto I

1. Los alumnos han aprendido el proceso del desarrollo de producto en un nivel teórico.
2. Los alumnos han llevado la teoría a la práctica sobre el desarrollo de producto trabajando con clientes.
3. Los alumnos han realizado al menos dos proyectos por persona para sus clientes.

Desarrollo de producto II

1. Los alumnos entienden el dialogo con los clientes y el significado del proceso de desarrollo de producto.
2. Los alumnos saben cómo utilizar la capacidad de desarrollo de productos potencial que existe en Mondragon Team Factory. Partiendo de este punto ofrecen un buen servicio a sus clientes.
3. Los alumnos han realizado por lo menos cinco proyectos por persona para nuestros clientes.
4. Los alumnos han sido capaces de co-crear con sus clientes.
5. Los alumnos han desarrollado por lo menos siete proyectos por persona para nuestros clientes.

Breve resumen de contenidos

Desarrollo de producto I

Desarrollo del producto de manera conjunta con el cliente
LIBROS:
Reframing Business: When the Map Changes the Landscape by Richard Normann (Jul 6, 2001) and Creating Breakthrough Products: Innovation from Product Planning to Program Approval (Financial Times Prentice Hall Books) by Jonathan Cagan and Craig M. Vogel (- Nov 1, 2001)

Desarrollo de producto II

Producción de servicios específicos, escritura de un modelo basado en conocimientos teóricos que se puede usar para resolver un problema práctico, , escritura conjunta con el cliente de un modelo basado en conocimientos teóricos que se puede usar para resolver problemas prácticos y del desarrollo del producto El contenido del curso es sobre el producto que desarrolla la empresa.

LIBRO: The Innovator's Dilemma: The Revolutionary Book that Will Change the Way You Do Business (Collins Business Essentials) by Clayton M. Christensen (- Jan 7, 2003)

LIBRO: Rethinking the Future: Rethinking Business, Principles, Competition, Control & Complexity, Leadership, Markets, and the World by Rowan Gibson (- May 25, 1999)

MÓDULO 2: EMPRENDER Y EL ENFOQUE CLIENTE

Materia/proceso 2.1: EMPRENDIZAJE E INTRAEMPRENDIZAJE
Materia/proceso 2.2: GESTIÓN DE REDES SOCIALES
Materia/proceso 2.3: MARKETING
Materia/proceso 2.4: SERVICIO AL CLIENTE Y VENTAS

Denominación del MÓDULO	**Créditos ECTS**
EMPRENDER Y EL ENFOQUE CLIENTE	**27 ECTS (675 HORAS)**

Duración y ubicación temporal dentro del plan de estudios

Las materias que componen este módulo se imparten a lo largo de los tres primeros años de la titulación

Competencias y resultados del aprendizaje que el estudiante adquiere con dicho módulo

1. Sabe cómo crear una empresa real. Conoce desde la teoría y la experiencia propia los elementos prácticos básicos y requisitos para crear una empresa (legales, financieros, oferta comercial, imagen…) y la importancia de fundamentar el emprendizaje en una oferta comercial.
2. Sabe como desarrollar la oferta comercial de la empresa (fijar los precios de los proyectos, redactar una oferta, hacer contratos con los clientes y fijar objetivos), la base de la gestión financiera de la empresa (estimación de los costes, rentabilidad), así como las herramientas para diseñar proyectos (elaboración del presupuesto y seguimiento financiero).
3. Posee los conocimientos necesarios para crear redes y relaciones con los clientes que sean duraderas en el tiempo. Entiende la importancia de crear bolsas de clientes, sabe mantener y desarrollar relaciones con los clientes, así como ofrecer nuevas soluciones para satisfacer las necesidades de los clientes y su entorno operacional tanto en la teoría como practica.
4. Conoce las teorías básicas sobre marketing y tiene la capacidad de llevarlos a la práctica. Entiende la forma de pensar de los clientes y sabe actuar para satisfacer sus necesidades empleando las herramientas y los métodos más comunes del marketing mix para la comercialización.
5. El alumno tiene aptitudes especiales en algunas áreas específicas de marketing, como pueden ser la publicidad, el marketing de eventos, o el marketing de competencias de expertos.
6. Ha adquirido las nociones básicas sobre el servicio al cliente, representación y venta. Conoce las bases para hacer una venta tanto en la teoría como en la práctica.
7. Actúa con actitud positiva y confianza en las situaciones en las que mantiene relación con el cliente como pueden ser las visitas a los clientes, presentaciones en las compañías, llamadas telefónicas. El alumno entiende las bases de la negociación.
8. El alumno controla la venta sistemática tanto en la teoría como en la práctica. Sabe planear y llevar a cabo un proceso de venta y si fuera necesario también organizarlo y motivar a la gente. Conoce las bases del benchmarking.

Requisitos previos

No se han establecido

MATERIA/PROCESO 2.1	MATERIA/PROCESO 2.2	MATERIA/PROCESO 2.3	MATERIA/PROCESO 2.4
EMPRENDIZAJE E INTRAEMPRENDIZAJE / ENTREPRENEURSHIP & INTRAPRENEURSHIP **9 ECTS** **(225 HORAS)** **F. OBLIGATORIA**	**GESTIÓN DE REDES SOCIALES / PARTNERSHIP AND NETWORKS** **6 ECTS** **(150 HORAS)** **F. OBLIGATORIA**	**MARKETING / MARKETING** **6 ECTS** **(150 HORAS)** **F. OBLIGATORIA**	**SERVICIO AL CLIENTE Y VENTAS / CUSTOMER SERVICE AND SALES** **6 ECTS** **(150 HORAS)** **F. OBLIGATORIA**

Actividades formativas

Sesiones de equipo en el aula desarrollando teoría y conceptos asociados a las materias y a los proyectos individuales y de equipo 5 ECTS (Competencias 1,2,3,4,5,6, y 8)
Realización de proyectos internos del team company 4 ECTS (Competencias 1,2,3, 4 y 5)
Realización de proyectos con empresas reales 5 ECTS (Competencias 2,3, 4,5,6,7 y 8)
Lectura de libros y redacción de informes individuales 5 ECTS (Competencias 1,2,3, 4, 5, 6 y 8)
Asumir posición de liderazgo en equipo y en proyectos 4 ECTS (Competencias 2, 5 y 7)
Aplicación de las Tics 2 ECTS (Competencias 2, 3, 6 y 8)
Seminarios, charlas y sesiones monográficas de ponentes 1 ECTS (Competencias 1, 2, 3 y 8)
Tutoría grupal o individual y evaluación 1 ECTS (Competencias 1,2,3,4,5,7 y 8)

Sistema de evaluación

Todas las asignaturas del módulo se valorarán siguiendo un procedimiento coherente. El sistema de evaluación utilizado es el de la evaluación continua a nivel individual y de equipo para cada materia (proceso) y asignatura.

Las actividades formativas que se desarrollarán a lo largo de las materias se evaluarán atendiendo a las competencias con indicadores específicos asignados que permitirán:

- Evaluar y acreditar el cumplimiento de los objetivos mínimos en cada asignatura a nivel de equipo. Esta valoración corresponderá como máximo al 70% de la nota final individual del alumno.
- Evaluar el desempeño específico del alumno en asignatura especifica gracias a un proceso de evaluación 360% que se lleva a cabo semestralmente. Esta evaluación incorpora el imput del resto de compañeros de la empresa (team company), sus clientes, profesores docentes y el tutor de la empresa (team company). Esta valoración corresponderá como mínimo a un 30% de la nota final individual.

El presente sistema de evaluación promueve y asegura un aprendizaje continuo y evolutivo que integra la dimensión cooperativa a nivel de equipo así como la evaluación del desempeño individual de cada alumno. Del mismo modo incorpora imputs de todos los agentes que interactúan con el aprendizaje del alumno coherente con la teoría de “stakeholders” actual de gestión empresarial.

Breve resumen de contenidos

Dotar al estudiante de los conocimientos, aptitudes, herramientas y experiencias sobre el papel de los clientes y la satisfacción de sus necesidades como razón de ser del proceso de emprender y el nuevo proyecto empresarial. Tiene lugar un proceso evolutivo alineado con el desarrollo de la oferta comercial que combina la asimilación de la base teórica con la experiencia personal del alumno en proyectos reales en la empresa (team company) internamente y especialmente con sus clientes.

En este módulo destacan las siguientes fases: arranque del proceso de emprendizaje e intra-emprendizaje, desarrollo de redes sociales y comerciales, identificación de oportunidades y gestión de marketing, desarrollo de relaciones con clientes y profundizar en el proceso de venta. Estas fases de aprendizaje desde la actividad de la empresa (team company) tienen lugar a través de los procesos o materias siguientes que componen el módulo:

- ✓ EMPRENDIZAJE E INTRAEMPRENDIZAJE (9 ECTS): Su objetivo es posibilitar que el alumno desarrolle su actitud eprendedora y cree una empresa real en equipo con otros companeros (team company) y dotandole de una base teorica experimente: el desarrollo de una oferta comercial, la gestion economico financiera del proyecto, el diseño, desarrollo y seguimiento de proyectos con clientes.
- ✓ GESTION DE REDES SOCIALES (6 ECTS): Su objetivo es introducir y desarrollar la importancia de las redes sociales y comerciales que permitirán identificar necesidades en el mercado, desarrollar productos y desarrollar las relaciones con los clientes y creación de bolsas de clientes. Liderazgo en la gestión de empresas intensivas en conocimiento.
- ✓ MARKETING (3 ECTS): Su objetivo es transmitir y permitir al alumno conocer las herramientas principales y bases del marketing mix, segmentación de clientes, estudios de mercado y gestión de los canales de comunicación. El alumno podrá poner en práctica los conocimientos teóricos a través de proyectos reales.
- ✓ SERVICIO AL CLIENTE Y VENTAS (6 ECTS): Su objetivo es que el alumno conozca y desarrolle: las claves de la gestión y relacion con clientes, las relaciones públicas y representación comercial, planear, realizar y controlar las ventas y benchmarking.

Denominación de la MATERIA/PROCESO 2.1 **EMPRENDIZAJE E INTRAEMPRENDIZAJE**	**Créditos ECTS** **9 ECTS (225 HORAS)** **Formación Obligatoria**

Duración y ubicación temporal dentro del plan de estudios

Las tres asignaturas que componen esta materia se imparten a lo largo de los 3 primeros cursos siendo las tres asignaturas consecutivas y abarcando la misma materia con diversos grados de profundización y manejabilidad de las herramientas:

Emprendizaje e Intraemprendizaje I- 1º curso

Emprendizaje e Intraemprendizaje II- 2º curso

Emprendizaje e Intraemprendizaje III- 3º curso

Competencias y resultados de aprendizaje que el estudiante adquiere con dicha asignatura

1. El alumno sabe cómo establecer una empresa real. Conoce los elementos prácticos básicos del emprendizaje: fijar los precios de los proyectos, redactar una oferta, hacer contratos con los clientes y fijar objetivos.

2. El alumno tiene la base teórica de una organización de aprendizaje y sabe cómo aplicarla a la práctica a nivel de equipo y organización. Conoce la base de la gestión financiera de la empresa como por ejemplo la estimación de los costes y la rentabilidad y la creación de un presupuesto para un proyecto.

3. El alumno sabe como diseñar los proyectos y también como usar las herramientas que se necesitan para ello, como por ejemplo el presupuesto y el seguimiento financiero. Entiende como se utilizan las relaciones con los clientes para desarrollar las competencias dentro de una empresa.

Requisitos previos

- No se han establecido

ASIGNATURA **Emprendizaje e Intraemprendizaje I** **3 ECTS, 75 horas** Obligatoria	ASIGNATURA **Emprendizaje e Intraemprendizaje II** **3 ECTS, 75 horas** Obligatoria	ASIGNATURA **Emprendizaje e Intraemprendizaje III** **3 ECTS, 75 horas** Obligatoria

Actividades formativas

Sesiones de equipo en el aula desarrollando teoría y conceptos asociados a las materias y a los proyectos individuales y de equipo 1.6 ECTS (Competencias 1,2 y 3)
Realización de proyectos internos del team company 1 ECTS (Competencias 1 y 2)
Realización de proyectos con empresas reales 3 ECTS (Competencias 1, 2 y 3)
Lectura de libros y redacción de informes individuales 1 ECTS (Competencias 1, 2 y 3)
Asumir posición de liderazgo en equipo y en proyectos 1 ECTS (Competencias 1, 2 y 3)
Aplicación de las TICs 0.2 ECTS (Competencias 3)
Seminarios, charlas y sesiones monográficas de ponentes 0.2 ECTS (Competencias 3)
Tutoría grupal o individual y evaluación 1 ECTS (Competencias 1,2 y 3)

Sistema de evaluación

✓ Todas las asignaturas de la materia se evaluarán mediante el Sistema de evaluación continua a través de la cual se proporciona una información constante, tanto a los profesores como a los estudiantes, de la situación del aprendizaje de la materia a lo largo del período académico.

✓ Del mismo modo se han definido los siguientes indicadores específicos que cada alumno de cada empresa (team company) ha de cumplir para superar la asignatura a final del curso.

Emprendizaje e Intraemprendizaje I

1. El alumno entiende y asume la misión o clave estratégica del grado: “En Mondragon Team Factory nos convertimos en emprendedores mediante nuestra propia empresa”.
2. Los alumnos en sus empresas (team companies) han iniciado varios proyectos de emprendizaje que han empezado a generar cierto volumen de negocio.
3. La facturación de cada empresa (team company) desde el comienzo debe alcanzar al menos 1000€ por persona (sin IVA).

Emprendizaje e Intraemprendizaje II

1. Cada empresa (team company) desarrolla su función de forma cantante, desempeñando funciones variadas desde trabajar en inventarios a trabajar en programas de TV grabados fuera de un estudio.
2. La facturación de cada empresa (team company) desde el comienzo debe alcanzar al menos 5000€ por persona (sin IVA).

Emprendizaje e Intraemprendizaje III

1. Las funciones y responsabilidades de cada alumno dentro de su empresa (team company) están organizadas y operan eficazmente. Cada persona trabaja en aquellos que mejor encaja con sus habilidades y con su perfil de trabajo.
2. Los alumnos han aprendido a confiar en sus compañeros y se esfuerzan al máximo a la hora de trabajar con ellos.
3. La facturación de cada empresa (team company) desde el comienzo debe alcanzar al menos 10.000€ por persona (sin IVA).

Breve resumen de contenidos

Emprendizaje e Intraemprendizaje I
Crear una empresa, ofrecer y hacer contratos con la clientela, actitud emprendedora.
LIBRO: Ben & Jerry's the inside scoop, por Fred Lager, 1994

Emprendizaje e Intraemprendizaje II
La base de una organización de aprendizaje, diseño de una acción emprendedora, la base de la gestión financiera de una empresa y la empresa como herramienta para desarrollar competencias.
LIBROS:
- Built to Last: Successful Habits of Visionary Companies by Jim Collins and Jerry I. Porras (Hardcover - Nov 2, 2004)
- Body and Soul: Profits with Principles--The Amazing Success Story of Anita Roddick & The Body S hop by Anita Roddick (- Jan 25, 1994)

Emprendizaje e Intraemprendizaje III
Diseñar y realizar proyectos (presupuesto, seguimiento financiero etc.), diseñar y usar herramientas para evaluar los resultados de la empresa.
LIBRO: Matsushita Leadership by John P. Kotter (- May 16, 1997)

Denominación de la MATERIA/PROCESO 2.2 **GESTION DE REDES SOCIALES**	**Créditos ECTS** **6 ECTS (150 HORAS)** **Formación Obligatoria**

Duración y ubicación temporal dentro del plan de estudios

Las tres asignaturas que componen esta materia se imparten a lo largo de los 3 primeros cursos siendo las tres asignaturas consecutivas y abarcando la misma materia con diversos grados de profundización y manejabilidad de las herramientas:

Gestión de redes sociales I- 1º curso

Gestión de redes sociales II- 3º curso

Competencias y resultados de aprendizaje que el estudiante adquiere con dicha asignatura

1. El alumno sabe promover la acción emprendedora para satisfacer las necesidades de los clientes en dos niveles: el operacional y el imaginario.

2. El alumno posee los conocimientos necesarios para crear redes y relaciones con los clientes que sean duraderas en el tiempo. Entiende la importancia de crear bolsas de clientes y sabe mantener y desarrollar las relaciones con los clientes.

3. El alumno sabe conducir las relaciones con los clientes tanto en la teoría como practica. Sabe ofrecer nuevas soluciones para satisfacer las necesidades de los clientes. Entiende el efecto que tiene el entorno operacional del cliente en las relaciones con los clientes (también teniendo en cuenta los clientes de los clientes).

Requisitos previos

- No se han establecido

ASIGNATURA **Gestión de redes sociales I** **3 ECTS, 75 horas** Obligatoria	**ASIGNATURA** **Gestión de redes sociales II** **3 ECTS, 75 horas** Obligatoria	

Actividades formativas

Sesiones de equipo en el aula desarrollando teoría y conceptos asociados a las materias y a los proyectos individuales y de equipo 0.5 ECTS (Competencias 1,2 y 3)
Realización de proyectos internos del team company 0.8 ECTS (Competencias 1 y 2)
Realización de proyectos con empresas reales 1 ECTS (Competencias 1, 2 y 3)
Lectura de libros y redacción de informes individuales 1 ECTS (Competencias 1, 2 y 3)
Asumir posición de liderazgo en equipo y en proyectos 0.5 EXTS (Competencias 1, 2 y 3)
Aplicación de las Tics 1.5 ECTS (Competencias 1, 2 y 3)
Seminarios, charlas y sesiones monográficas de ponentes 0.2 ECTS (Competencias 2 y 3)
Tutoría grupal o individual y evaluación 0.5 ECTS (Competencias 1,2 y 3)

Sistema de evaluación

✓ Todas las asignaturas de la materia se evaluarán mediante el Sistema de evaluación continua a través de la cual se proporciona una información constante, tanto a los profesores como a los estudiantes, de la situación del aprendizaje de la materia a lo largo del período académico.

✓ Del mismo modo se han definido los siguientes indicadores específicos que cada alumno de cada empresa (team company) ha de cumplir para superar la asignatura a final del curso.

Gestión de redes sociales I

1. Después de finalizar el proyecto con los clientes los alumnos en sus empresas (team companies) han realizado una oferta y tienen la intención de seguir colaborando.
2. Cada empresa (team company) tiene por lo menos tres clientes con los cuales los alumnos han probado cosas nuevas. Estos clientes también han visitado Mondragon Team Factory.

Gestión de redes sociales II

1. Cada empresa (team company) ha elaborado un plan de colaboración con al menos tres de sus clientes.
2. La empresa (team company) factura por lo menos a cinco clientes regularmente.
3. Cada empresa (team company) ha alcanzado una posición donde ofrece valor añadido a sus clientes y son una parte de la marca de sus clientes.
4. Las empresas saben como pasar relaciones de clientes (a empresas más jóvenes dentro de Mondragon Team Factory) y ya les hemos pasado por lo menos dos clientes/proyectos.
5. La empresa (team company) co-crea estrechamente con cinco de sus clientes.

Breve resumen de contenidos

Gestión de redes sociales I

Búsqueda de necesidades del Mercado, creación de productos que satisfagan las necesidades de los clientes.

LIBRO: Creating A Company for Customers: How to Build and Lead a Market Driven Organization by Malcolm Mcdonald, Martin Christopher, Simon Knox, and Adrian Payne (- April 2001)

Gestión de redes sociales II

Creación de redes y principios de redes, desarrollo de las relaciones con los clientes y crear una bolsa de clientes, liderar las relaciones con los mismos y aprender de ellos, teniendo en cuenta también a los clientes de los clientes.

LIBROS:

- Kotler on Marketing: How to Create, Win, and Dominate Markets by Philip Kotler (- April 21, 1999)
- Enterprise One to One by Don Peppers and Martha Rogers (- Jan 19, 1999)
- Customer Intimacy - Pick Your Partners, Shape Your Culture, Win Together by Fred Wiersema (- 1996)

Denominación de la MATERIA/PROCESO 2.3 **MARKETING**	**Créditos ECTS** **6 ECTS (150 HORAS)** **Formación Obligatoria**

Duración y ubicación temporal dentro del plan de estudios

Las dos asignaturas que componen esta materia se imparten en el primer y tercer curso, abarcando la misma materia con diversos grados de profundización y manejabilidad de las herramientas:

Marketing I- 2º curso

Marketing II- 3º curso

Competencias y resultados de aprendizaje que el estudiante adquiere con dicha asignatura

1. El alumno conoce las teorías básicas sobre marketing y tiene la capacidad de llevarlos a la práctica. Entiende la forma de pensar de los clientes y sabe actuar para satisfacer sus necesidades.

2. Sabe cómo emplear las herramientas y los métodos más comunes del marketing mix para la comercialización y el diseño de la misma.

3. El alumno tiene una amplia perspectiva del marketing. Tiene aptitudes especiales en algunas áreas específicas de marketing, como pueden ser la publicidad, el marketing de eventos, o el marketing de competencias de expertos.

Requisitos previos

- No se han establecido

ASIGNATURA **Marketing I** **3 ECTS, 75 horas** F. Obligatoria		**ASIGNATURA** **Marketing II** **3 ECTS, 75 horas** F. Obligatoria

Actividades formativas

Sesiones de equipo en el aula desarrollando teoría y conceptos asociados a las materias y a los proyectos individuales y de equipo 1 ECTS (Competencias 1, 2 y 3)
Realización de proyectos internos del team company 0.5 ECTS (Competencias 1)
Realización de proyectos con empresas reales 1 ECTS (Competencias 1, 2 y 3)
Lectura de libros y redacción de informes individuales 1 ECTS (Competencias 1, 2 y 3)
Asumir posición de liderazgo en equipo y en proyecto 1 ECTS (Competencias 2 y 3)
Aplicación de las TICs 0.5 ECTS (Competencias 2 y 3)
Seminarios, charlas y sesiones monográficas de ponentes 0.5 ECTS (Competencias 2 y 3)
Tutoría grupal o individual y evaluación 0.5 ECTS (Competencias 1, 2 y 3)

Sistema de evaluación

✓ Todas las asignaturas de la materia se evaluarán mediante el Sistema de evaluación continua a través de la cual se proporciona una información constante, tanto a los profesores como a los estudiantes, de la situación del aprendizaje de la materia a lo largo del período académico.

✓ Del mismo modo se han definido los siguientes indicadores específicos que cada alumno de cada empresa (team company) ha de cumplir para superar la asignatura a final del curso.

Marketing I

1. Las empresas emplean en su trabajo diario las formas y los canales más novedosos de marketing. Entienden las teorías básicas sobre marketing que se utilizan en Mondragon Team Factory y la formula: 4P + 5E + 6Y = 15B.
2. Cada empresa dispone de buenos y útiles materiales de marketing. Los 6 entornos de marketing están cuidados y son los adecuados (las oficinas, los locales del cliente, los entornos de encuentro, el entorno digital y entorno de reclutamiento)
3. Cada empresa (team company) ha realizado una campaña para veinte clientes potenciales.
4. Cada empresa tiene sus propias tarjetas y ha hecho su primer folleto de empresa (team company).
5. El mailing de cada empresa a los clientes alcanza al menos 30 clientes cuatro veces al año.
6. La empresa tiene 20 nuevos proyectos de sus clientes.

Marketing II

1. Los clientes de cada empresa siguen haciendo pedidos. Las empresas tienen al menos 7 clientes que han hecho pedidos por segunda y tercera vez.
2. La empresa (team company) mantiene y gestiona le contacto con 50 clientes 4 veces por año.
3. La empresa (team company) tiene 45 nuevos proyectos de los clientes (en total ascienden a 70 desde el principio).

Breve resumen de contenidos

Marketing I

Las bases de marketing, crear eventos, campañas y hacer publicidad para los clientes. El contenido varía según las necesidades del alumno y su empresa. Segmentación de clientes, crear y desarrollar relaciones con los clientes, métodos para los estudios de mercado. El contenido varía según las necesidades del alumno y su empresa.

LIBROS:

The Experience Economy: Work Is Theater & Every Business a Stage by B. Joseph Pine and James H. Gilmore (- April 1999)

Marketing Management (13th Edition) (Marketing Management) by Philip Kotler and Kevin Keller (Hardcover - Mar 6, 2008)

Marketing II

Crear experiencias para los clientes, hacer marketing de servicios de expertos, el significado de las imágenes en el marketing y canales de comunicación en marketing. El contenido varía según las necesidades y los objetivos del alumno y su empresa.

LIBRO: You Will Be Satisfied by Bob Tasca (Paperback - April 11, 1997)

Denominación de la MATERIA/PROCESO 2.4 **SERVICIO AL CLIENTE Y VENTAS**	**Créditos ECTS** **6 ECTS (225 HORAS)** **Formación Obligatoria**

Duración y ubicación temporal dentro del plan de estudios

Las dos asignaturas que componen esta materia se imparten a lo largo de los cursos 2 y 3 siendo las dos asignaturas consecutivas y abarcando la misma materia con diversos grados de profundización y manejabilidad de las herramientas:

Servicio al cliente y ventas I- 2º curso

Servicio al cliente y ventas II- 3º curso

Competencias y resultados de aprendizaje que el estudiante adquiere con dicha asignatura

1. Adquirir las nociones básicas sobre el servicio al cliente y representación. Conocer las bases para hacer una venta tanto en la teoría como en la práctica. Se hacen las primeras visitas a los clientes.

2. El alumno actúa con actitud positiva y confianza en las situaciones en las que mantiene relación con el cliente como pueden ser las visitas a los clientes, presentaciones en las compañías, llamadas telefónicas. El alumno entiende las bases de la negociación.

3. El alumno controla la venta sistemática tanto en la teoría como en la práctica. Sabe planear y llevar a cabo un proceso de venta y si fuera necesario también organizarlo y motivar a la gente. Conoce las bases del benchmarking.

Requisitos previos

- No se han establecido

ASIGNATURA **Servicio al cliente y ventas I** **3 ECTS, 75 horas** **Obligatoria**	ASIGNATURA **Servicio al cliente y ventas II** **3 ECTS, 75 horas** **Obligatoria**

Actividades formativas

Sesiones de equipo en el aula desarrollando teoría y conceptos asociados a las materias y a los proyectos individuales y de equipo 1 ECTS (Competencias 1, 2 y 3)
Realización de proyectos internos del team company 0.2 ECTS (Competencias 1)
Realización de proyectos con empresas reales 1.6 ECTS (Competencias 1, 2 y 3)
Lectura de libros y redacción de informes individuales 1 ECTS (Competencias 1, 2 y 3)
Asumir posición de liderazgo en equipo y en proyectos 1 ECTS (Competencias 2 y 3)
Aplicación de las TICs 0.5 ECTS (Competencias 2 y 3)
Seminarios, charlas y sesiones monográficas de ponentes 0.2 ECTS (Competencias 2 y 3)
Tutoría grupal o individual y evaluación 0.5 ECTS (Competencias 1, 2 y 3)

Sistema de evaluación

✓ Todas las asignaturas de la materia se evaluarán mediante el Sistema de evaluación continua a través de la cual se proporciona una información constante, tanto a los profesores como a los estudiantes, de la situación del aprendizaje de la materia a lo largo del período académico.

✓ Del mismo modo se han definido los siguientes indicadores específicos que cada alumno de cada empresa (team company) ha de cumplir para superar la asignatura a final del curso.

Servicio al cliente y ventas I

1. A través de las visitas a los clientes los alumnos y sus empresas han aprendido lo que les tienen que ofrecer. El lema de las empresas (team companies) es "Escucha a tu cliente".
2. Las empresas hacen un plan para las visitas a los clientes.
3. Se preparan informes Motorola sobre las visitas realizadas a los clientes y están accesibles en la intranet. También son enviados a los clientes con el nombre "Informe para los clientes". Las empresas miden el número de visitas a los clientes. Las empresas (team companies) han realizado 100 nuevas visitas a los clientes. En total han realizado 220 visitas a clientes.
4. Los clientes han avanzado en el "camino" lo que significa que se disponen de 3 clientes estratégicos (A1) y 20 cualificados (A2). Cada empresa invierte sus recursos en estos clientes.
5. Encontrar clientes potenciales se ha convertido en algo habitual. Es una forma apropiada de trabajar. El significado de un proceso continuo se ha interiorizado por parte de los alumnos y sus empresas.

Servicio al cliente y ventas II

1. Las empresas disponen de la cantidad necesaria de clientes potenciales para encontrar así a los más importantes. Se han disminuido el número de visitas a los clientes porque el valor añadido que ofrecen las empresas ha aumentado.
2. Cada empresa ha realizado 60 nuevas visitas a clientes, lo que significa que en total se han realizado 280 visitas por empresa.
3. Cada empresa dispone de al menos 30 clientes cualificados (A2) y 5 estratégicos (A1) y los alumnos están en constante contacto con ellos.

Breve resumen de contenidos

Servicio al cliente y ventas I
Servicio al cliente en acción, representación y relaciones públicas. Planificar y realizar un proceso de venta, comportamiento con los clientes y utilizar la personalidad de cada uno a la hora de trabajar con los clientes.
LIBROS:
- Crowning the Customer by Feargal Quinn (- May 1, 2001)
- You Will Be Satisfied by Bob Tasca (Paperback - April 11, 1997)
- Up the Loyalty Ladder: Turning Sometime Customers into Full-Time Advocates of Your Business by Murray Raphel and Neil Raphel (- Sep 1996)
- One to One marketing by Ola Feurst

Servicio al cliente y ventas II
Planificar, realizar y controlar las ventas y el benchmarking.
LIBRO: Advanced Selling Strategies: The Proven System of Sales Ideas, Methods, and Techniques Used by Top Salespeople Everywhere by Brian Tracy (- Aug 27, 1996)

MÓDULO 3: LA INNOVACION EN RED COMO MOTOR DE CREACION DE VALOR

Materia/proceso 3.1: AUTOGESTION Y GESTION DE EQUIPOS
Materia/proceso 3.2: PENSAMIENTOS ESTRATEGICOS
Materia/proceso 3.3: CREATIVIDAD E INNOVACION
Materia/proceso 3.4: GESTION DE LA MARCA

Denominación del MÓDULO	**Créditos ECTS**
LA INNOVACION EN RED COMO MOTOR DE CREACION DE VALOR	**24 ECTS (600 HORAS)**

Duración y ubicación temporal dentro del plan de estudios

Las materias que componen este módulo se imparten a lo largo de los tres primeros años de la titulación

Competencias y resultados del aprendizaje que el estudiante adquiere con dicho módulo

1. El alumno posee, tanto en la teoría como en la práctica, las bases del aprendizaje en equipo (formas de comunicación, desarrollo y proceso creativo común) y sabe cómo crear valores comunes y reglas para un equipo. Entiende cómo se forma y dirige un equipo utilizando eficientemente sus cualidades dentro del equipo.

2. El alumno comprende el significado de crear valores y las teorías fundamentales de la cultura organizacional, entiende las claves de la autogestión y sabe liderar a través de valores y motivar a la gente mediante el liderazgo.

3. El alumno sabe cómo hacer uso de la misión y la visión de la organización como instrumento para las operaciones y la creación de estrategias en la organización. Entiende la conexión entre la compañía del equipo y el entorno operativo y sabe cómo adaptarse a las condiciones del entorno.

4. El alumno conoce algunos métodos y herramientas que fomentan el proceso creativo para utilizar en distintas maneras y situaciones. Entiende su propia creatividad y sabe como utilizarla para expresarse y para desarrollar su empresa (team company).

5. El alumno conoce y comprende teorías, métodos y herramientas que fomentan el proceso creativo, entiende su propia creatividad utilizándola para expresarse y para desarrollar su empresa (team company) creando en equipo productos y servicios exitosos.

6. El alumno entiende las teorías de innovación a gran escala, es capaz de crear diversas ideas para dar respuesta a los retos propuestos por los clientes y aporta nuevas soluciones tanto en la organización como a los clientes.

7. El alumno ha asimilado los conocimientos básicos para crear y gestionar una marca, sabe cómo crear una marca para un producto, un servicio o una organización utilizando las herramientas y los métodos básicos de creación de imágenes en marketing y la gestión de los valores asociados. Ha experimentado la importancia e impacto de la gestión del co-branding.

Requisitos previos

No se han establecido

MATERIA/PROCESO 3.1 AUTOGESTIÓN Y GESTION DE EQUIPOS / TEAM SELF-MANAGEMENT 6 ECTS (150 HORAS) F. OBLIGATORIA	MATERIA/PROCESO 3.2 PENSAMIENTOS ESTRATEGICOS / LEADING THOUGHTS 6 ECTS (150 HORAS) F. OBLIGATORIA	MATERIA/PROCESO 3.3 CREATIVIDAD E INNOVACION / CREATIVITY AND INNOVATION 6 ECTS (150 HORAS) F. OBLIGATORIA	MATERIA/PROCESO 3.4 GESTION DE LA MARCA / BRAND MANAGEMENT 6 ECTS (150 HORAS) F. OBLIGATORIA

Actividades formativas

Sesiones de equipo en el aula desarrollando teoría y conceptos asociados a las materias y a los proyectos individuales y de equipo 5 ECTS (Competencias 1,2,3,4,5,6 y 7)
Realización de proyectos internos del team company 4 ECTS (Competencias 1,2,3,5, 6 y 7)
Realización de proyectos con empresas reales 4 ECTS (Competencias 4,5,6 y 7)
Lectura de libros y redacción de informes individuales 5 ECTS (Competencias 1,2,4,5,6 y 7)
Asumir posición de liderazgo en equipo y en proyectos 2 ECTS (Competencias 1,2 y 3)
Aplicación de las TICs 2 ECTS (Competencias 1,2,5, 6 y 7)
Seminarios, charlas y sesiones monográficas de ponentes 1 ECTS (Competencias 3,5 y 7)
Tutoría grupal o individual y evaluación 1 ECTS (Competencias 1,2,3 y 4)

Sistema de evaluación

Todas las asignaturas del módulo se valorarán siguiendo un procedimiento coherente. El sistema de evaluación utilizado es el de la evaluación continua a nivel individual y de equipo para cada materia (proceso) y asignatura.

Las actividades formativas que se desarrollarán a lo largo de las materias se evaluarán atendiendo a las competencias con indicadores específicos asignados que permitirán:

- Evaluar y acreditar el cumplimiento de los objetivos mínimos en cada asignatura a nivel de equipo. Esta valoración corresponderá como máximo al 70% de la nota final individual del alumno.
- Evaluar el desempeño específico del alumno en asignatura especifica gracias a un proceso de evaluación 360% que se lleva a cabo semestralmente. Esta evaluación incorpora el imput del resto de compañeros de la empresa (team company), sus clientes, profesores docentes y el tutor de la empresa (team company). Esta valoración corresponderá como mínimo a un 30% de la nota final individual.

El presente sistema de evaluación promueve y asegura un aprendizaje continuo y evolutivo que integra la dimensión cooperativa a nivel de equipo así como la evaluación del desempeño individual de cada alumno. Del mismo modo incorpora imputs de todos los agentes que interactúan con el aprendizaje del alumno coherente con la teoría de “stakeholders” actual de gestión empresarial.

Breve resumen de contenidos

Dotar al estudiante de los conocimientos, aptitudes, herramientas y experiencias sobre los valores y cultura organizacional, el liderazgo y creación desde la autogestión y el proceso creativo y la gestión de la innovación con y para dar respuesta a necesidades de los clientes. En el módulo tiene lugar un proceso evolutivo alineado con el proceso de creación de valor desde el equipo y la comunidad que combina la asimilación de la base teórica con la experiencia personal del alumno en su propia empresa autogestionada (team company) y con sus clientes.

En este módulo destacan las siguientes fases: asimilación de la lógica de creación de valor colectivo en equipos autogestionados, los valores, la misión y visión de la organización como fuente de desarrollo estratégico socioempresarial, el proceso creativo la gestión de la innovación, y la importancia de la gestión de la marca y la integración y cobranding con los clientes. Estas fases de aprendizaje desde la actividad de la empresa (team company) tienen lugar a través de los procesos o materias siguientes que componen el módulo:

- ✓ AUTOGESTION Y GESTION DE EQUIPOS (6 ECTS): Su objetivo es posibilitar que el alumno desarrolle su capacidad de aprendizaje en equipo a través del dialogo, asimile el rol individual y liderazgo en el equipo autogestionado, y experimente la lógica de creación y maduración de un equipo autogestionado.
- ✓ PENSAMIENTOS ESTRATEGICOS (6 ECTS): Su objetivo es introducir al alumno en las claves teorico-practicas de la cultura organizacional y la gestion y desarrollo de los pensamientos estrategicos (valores, mision y vision) como fuente de la estrategia socioempresarial de su empresa (team company).
- ✓ CREATIVIDAD E INNOVACION (6 ECTS): Su objetivo es transmitir y permitir al alumno conocer las herramientas principales y bases del proceso creativo y la gestion de la innovacion. El alumno asimilará el proceso creativo desde el desarrollo de su propia capacidad creativa y la co-creación con compañeros en su empresa (team company) y desarrollando nuevos productos y soluciones para sus clientes.
- ✓ GESTION DE LA MARCA (6 ECTS): Su objetivo es que el alumno conozca y desarrolle: las claves de la gestión de la marca y los valores psicologicos delmarketing y comunicación, experimentando con la creación propia de una marca y la gestion de estrategias de cobranding dentro de la universidad y con clientes.

Denominación de la MATERIA/PROCESO 3.1 **AUTOGESTIÓN Y GESTION DE EQUIPOS**	**Créditos ECTS** **6 ECTS (150 HORAS)** **Formación Obligatoria**

Duración y ubicación temporal dentro del plan de estudios

Las dos asignaturas que componen esta materia se imparten en el segundo y tercer curso siendo las dos asignaturas consecutivas y abarcando la misma materia con diversos grados de profundización y manejabilidad de las herramientas:

Autogestión y gestión de equipos I- 1º curso

Autogestión y gestión de equipos II- 3º curso

Competencias y resultados de aprendizaje que el estudiante adquiere con dicha asignatura

1. El alumno comprende tanto en la teoría como en la práctica las formas de comunicación que existen dentro del equipo (dialogo). Entiende cómo se desarrolla el equipo y también cómo se pueden llevar las capacidades que hay dentro del mismo a la práctica.

2. El alumno posee las bases del aprendizaje en quipo y sabe cómo crear valores comunes y reglas para un equipo. Entiende cómo se forma y dirige un equipo tanto en la teoría como en la acción.

3. El alumno sabe cómo utilizar eficientemente sus cualidades dentro del equipo y entiende cómo se llevan a la práctica las teorías sobre la circulación del conocimiento.

Requisitos previos

- No se han establecido

ASIGNATURA **Autogestión y gestión de equipos I** **3 ECTS, 75 horas** Obligatoria		**ASIGNATURA** **Autogestión y gestión de equipos II** **3 ECTS, 75 horas** Obligatoria

Actividades formativas

Sesiones de equipo en el aula desarrollando teoría y conceptos asociados a las materias y a los proyectos individuales y de equipo 2.2 ECTS (Competencias 1,2 y 3)
Realización de proyectos internos del team company 1 ECTS (Competencias 1, 2 y 3)
Realización de proyectos con empresas reales 0.4 ECTS (Competencias 3)
Lectura de libros y redacción de informes individuales 1 ECTS (Competencias 1, 2 y 3)
Asumir posición de liderazgo en equipo y en proyectos 0.5 ECTS (Competencias 1, 2 y 3)
Aplicación de las TICs 0.2 ECTS (Competencias 3)
Seminarios, charlas y sesiones monográficas de ponentes 0.2 ECTS (Competencias 3)
Tutoría grupal o individual y evaluación 0.5 ECTS (Competencias 1,2 y 3)

Sistema de evaluación

✓ Todas las asignaturas de la materia se evaluarán mediante el Sistema de evaluación continua a través de la cual se proporciona una información constante, tanto a los profesores como a los estudiantes, de la situación del aprendizaje de la materia a lo largo del período académico.

✓ Del mismo modo se han definido los siguientes indicadores específicos que cada alumno de cada empresa (team company) ha de cumplir para superar la asignatura a final del curso.

Autogestión y gestión de equipos I

1. Los alumnos han aprendido las bases del dialogo. Todos los miembros de los equipos han leído el libro *Dialogue – The Art of Thinking Together* (Currency, 1999) de Isaacs.
2. Los alumnos han trabajamos juntos y ya han realizado por lo menos un proyecto como equipo.
3. Los alumnos han realizado el test de Belbin y han explorado juntos el rol que tiene cada uno dentro del equipo o empresa (team company).
4. Se transmiten y tratan las opiniones de los clientes a las sesiones de formación mediante informes Motorola.
5. Es habitual para los alumnos y sus equipos informar sobre las visitas a los clientes en la Intranet.
6. Regularmente se llevan a cabo cuatro sesiones de materialización (birth giving) al año. Siempre se hacen informes sobre los procesos y las sesiones de formación y se cuelgan en la intranet.
7. Se supera la fase del *equipo falso* porque los alumnos saben cómo hacer frente a los conflictos internos del equipo.
8. Cada miembro del equipo ha hecho una hoja de reflexión sobre el desarrollo de la empresa (team company).

Autogestión y gestión de equipos II

1. Los alumnos saben cómo utilizar la red tanto para hacer negocios como para aprender.
2. Los alumnos en equipos llevan a cabo proyectos a largo plazo en co-creación con sus clientes.
3. Los equipos han creado una atmósfera de fidelidad donde todos los alumnos se encuentran a gusto a la hora de expresar su opinión.

Breve resumen de contenidos

Autogestión y gestión de equipos I

Las diferentes fases del desarrollo de un equipo y aprendizaje en equipo mediante el uso del dialogo. El rol que adopta cada persona dentro del equipo, creación de valores para el equipo y emprendizaje en equipo.

LIBROS:

- The Wisdom of Teams: Creating the High-Performance Organization (Collins Business Essentials) by Jon R. Katzenbach and Douglas K. Smith (- Feb 18, 2003)
- D*ialogue – The Art of Thinking Together* (Currency, 1999) de Isaacs
- Hot Groups: Seeding Them, Feeding Them, and Using Them to Ignite Your Organization by Jean Lipman-Blumen and Harold J. Leavitt (- May 20, 1999)

Autogestión y gestión de equipos II

El equipo como apoyo para realizar proyectos, aprendizaje de las bases del liderazgo dentro del equipo y la circulación del conocimiento.

LIBRO: The Discipline of Teams (Harvard Business Review Classics) by Jon R. Katzenbach and Douglas K. Smith (- Jan 5, 2009)

Denominación de la MATERIA/PROCESO 3.2 **PENSAMIENTOS ESTRATEGICOS**	**Créditos ECTS** **6 ECTS (150 HORAS)** **Formación Obligatoria**

Duración y ubicación temporal dentro del plan de estudios

Las tres asignaturas que componen esta materia se imparten a lo largo de los 3 primeros cursos siendo las tres asignaturas consecutivas y abarcando la misma materia con diversos grados de profundización y manejabilidad de las herramientas:

Pensamientos estratégicos I- 2º curso

Pensamientos estratégicos II- 3º curso

Competencias y resultados de aprendizaje que el estudiante adquiere con dicha asignatura

1. El alumno comprende el significado de crear valores para una organización y las teorías fundamentales de la cultura de la organización, también sabe cómo utilizarlos en la práctica.

2. Sabe liderar a través de valores y motivar a la gente mediante el liderazgo. Sabe cómo hacer uso de la misión y la visión de la organización dentro de sus propias acciones. También sabe cómo utilizar los valores personales para ayudar a la autogestión.

3. El alumno sabe cómo utilizar la visión de la organización como instrumento para las operaciones. Sabe combinar la misión con la creación de las estrategias de la organización. Entiende la conexión entre la compañía del equipo y el entorno operativo y sabe cómo adaptarse a las condiciones del entorno.

Requisitos previos

- No se han establecido

ASIGNATURA **Pensamientos estratégicos I** **3 ECTS, 75 horas** Obligatoria	**ASIGNATURA** **Pensamientos estratégicos II** **3 ECTS, 75 horas** Obligatoria	

Actividades formativas

Sesiones de equipo en el aula desarrollando teoría y conceptos asociados a las materias y a los proyectos individuales y de equipo 1.1 ECTS (Competencias 1,2 y 3)
Realización de proyectos internos del team company 0.5 ECTS (Competencias 1 y 2)
Realización de proyectos con empresas reales 2 ECTS (Competencias 1, 2 y 3)
Lectura de libros y redacción de informes individuales 1 ECTS (Competencias 1, 2 y 3)
Asumir posición de liderazgo en equipo y en proyectos 0.5 ECTS (Competencias 1, 2 y 3)
Aplicación de las TICs 0.2 ECTS (Competencias 3)
Seminarios, charlas y sesiones monográficas de ponentes 0.2 ECTS (Competencias 3)
Tutoría grupal o individual y evaluación 0.5 ECTS (Competencias 1,2 y 3)

Sistema de evaluación

✓ Todas las asignaturas de la materia se evaluarán mediante el Sistema de evaluación continua a través de la cual se proporciona una información constante, tanto a los profesores como a los estudiantes, de la situación del aprendizaje de la materia a lo largo del período académico.

✓ Del mismo modo se han definido los siguientes indicadores específicos que cada alumno de cada empresa (team company) ha de cumplir para superar la asignatura a final del curso.

Pensamientos estratégicos I

1. Todos los alumnos de cada empresa (team company) han escrito un informe sobre los pensamientos estratégicos y han tenido una sesión de formación basándose en estos ensayos.
2. Los alumnos participan activamente en los eventos que se basan en los valores de Mondragon Team Factory
3. Todos los alumnos de cada empresa entienden el sentido de las sesiones de formación y toman parte activamente en ellas.
4. En las sesiones de formación los alumnos intercambian las ideas con miembros de otros equipos una o dos veces por semana.

Pensamientos estratégicos II

1. La cultura de las empresas (team companies) está ligada a la de otros equipos mediante el constante intercambio de conocimientos. Se siguen de forma habitual las sesiones de formación de otros equipos con el fin de mantener las cosas en movimiento.
2. Los alumnos participan regularmente en foros y programas educativos dentro y fuera de Mondragon Team Factory.
3. Los alumnos han asumido la importancia de ser buenos trabajadores. “Antes de empezar a dirigir, primero hay que ser un buen trabajador”.
4. Los alumnos por equipos han interiorizado los pensamientos estratégicos de Mondragon Team Factory.
5. Todos los miembros de cada equipo (team company) están comprometidos con un objetivo común de final de carrera.
6. Los alumnos han participado activamente en la renovación de los pensamientos estratégicos junto con otros equipos, tutores y profesores.
7. Los alumnos han organizado acciones que reflejan sus valores comunes y los fortalecen. Los alumnos cuentan historias alentadoras sobre las cosas que han aprendido y las cosas que han logrado.
8. Los alumnos han transmitido la cultura y principios de Mondragon Team Factory a las nuevas generaciones.

Breve resumen de contenidos

Pensamientos estratégicos I

Valores y pensamientos estratégicos, habilidades individuales de liderazgo

LIBRO: The Leadership Challenge, 4th Edition (Hardcover) by James M. Kouzes

Pensamientos estratégicos II

Crear un entorno motivador, liderar con la ayuda de la visión y liderar expertos. La visión como un paso hacia el desarrollo, el entorno operativo de una organización, valores y bases de la motivación.

LIBROS:

A Higher Standard of Leadership: Lessons from the Life of Gandhi by Keshavan Nair (- Jan 1, 1997) - Illustrated

Images of Organization by Gareth Morgan (Paperback - May 9, 2006)

Denominación de la MATERIA/PROCESO 3.3 **CREATIVIDAD E INNOVACION**	**Créditos ECTS** **6 ECTS (150 HORAS)** **Formación Obligatoria**

Duración y ubicación temporal dentro del plan de estudios

Las dos asignaturas que compone esta materia se imparten en el segundo y tercer curso siendo las dos asignaturas consecutivas y abarcando la misma materia con diversos grados de profundización y manejabilidad de las herramientas:

Creatividad e Innovación I- 2º curso

Creatividad e Innovación II- 3º curso

Competencias y resultados de aprendizaje que el estudiante adquiere con dicha asignatura

1. El alumno conoce algunos métodos y herramientas que fomentan el proceso creativo para utilizar de distintas maneras y situaciones. Entiende su propia creatividad y sabe como utilizarla para expresarse y para desarrollar su empresa (team company).

2. El alumno comprende las teorías y métodos que permiten la creatividad. El alumno sabe canalizar la creatividad para crear productos y servicios exitosos.

3. El alumno crea diversas ideas para dar respuesta a los retos propuestos por los clientes y aporta nuevas soluciones tanto en la organización como a los clientes. Entiende las teorías de innovación a gran escala.

Requisitos previos

- No se han establecido

ASIGNATURA **Creatividad e Innovación I** **3 ECTS, 75 horas** Formación obligatoria	**ASIGNATURA** **Creatividad e Innovación II** **3 ECTS, 75 horas** Formación Obligatoria

Actividades formativas

Sesiones de equipo en el aula desarrollando teoría y conceptos asociados a las materias y a los proyectos individuales y de equipo 1.6 ECTS (Competencias 1,2 y 3)
Realización de proyectos internos del team company 0.5 ECTS (Competencias 1 y 2)
Realización de proyectos con empresas reales 2 ECTS (Competencias 1, 2 y 3)
Lectura de libros y redacción de informes individuales 0.5 ECTS (Competencias 1, 2 y 3)
Asumir posición de liderazgo en equipo y en proyectos 0.5 ECTS (Competencias 1, 2 y 3)
Aplicación de las TICs 0.2 ECTS (Competencias 3)
Seminarios, charlas y sesiones monográficas de ponentes 0.2 ECTS (Competencias 3)
Tutoría grupal o individual y evaluación 0.5 ECTS (Competencias 1,2 y 3)

Sistema de evaluación

✓ Todas las asignaturas de la materia se evaluarán mediante el sistema de evaluación continua a través de la cual se proporciona una información constante, tanto a los profesores como a los estudiantes, de la situación del aprendizaje de la materia a lo largo del período académico.

✓ Del mismo modo se han definido los siguientes indicadores específicos que cada alumno de cada empresa (team company) ha de cumplir para superar la asignatura a final del curso.

Creatividad e Innovación I

Los alumnos buscan nuevas experiencias y las comparten en las sesiones de formación. Estas son mejoradas y desarrolladas para que se conviertan en nuevas ideas que puedan ser llevadas a la acción. Entienden la teoría del conocimiento de Nonaka y funciona en su compañía.

Han tenido un tormenta de ideas donde se han producido más de 200 ideas para un cliente. Se conocen otras herramientas de innovación.

Los alumnos son capaces de crear ideas concretas y así es como surgen nuevos experimentos.

Cada empresa (team company) tiene 10 experimentos en funcionamiento.

Se ha desarrollado al menos uno de los experimentos para que se convierta en un concepto o producto real.

Los conceptos que se han probado han hecho ganar al menos 3.500€ (+IVA).

Cada miembro de cada compañía (team company) ha leído tres libros sobre innovación.

Los alumnos conocen cuatro herramientas de innovación.

Creatividad e Innovación II

1. La constante experimentación ha llevado a los alumnos a intercambiar ideas y a que fluyan nuevas. Tienen tres productos o conceptos probados en el mercado.
2. Se respira confianza en la compañía del equipo.
3. Los conceptos que han probado los alumnos han hecho ganar al menos 12.000€ (+IVA).
4. Cada miembro del equipo ha leído cinco libros sobre innovación.
5. Los alumnos conocen seis herramientas de innovación.

Breve resumen de contenidos

Creatividad e Innovación I

Pensar de forma creativa, diferentes tipos de creatividad. La creatividad como fuente de energía para el equipo, expresión creativa y técnicas de creatividad.

LIBROS:

Creativity: Flow and the Psychology of Discovery and Invention by Mihaly Csikszentmihalyi

Leading the Revolution: How to Thrive in Turbulent Times by Making Innovation a Way of Life by Gary Hamel (-Oct 2002)

Creatividad e Innovación II

Innovación, leading innovation, desarrollo de productos y la investigación como motor para crear nuevas innovaciones.

LIBROS:

- The Fifth Discipline: The Art & Practice of The Learning Organization by Peter M. Senge (Paperback - Mar 21, 2006)
- Get Innovative Or Get Dead!: Building Competitive Companies For The 21st Century by Matthew J. Kiernan (Hardcover - April 1995)

Denominación de la MATERIA/PROCESO 3.4 **GESTION DE LA MARCA**	**Créditos ECTS** **6 ECTS (150 HORAS)** **Formación Obligatoria**

Duración y ubicación temporal dentro del plan de estudios

Las tres asignaturas que componen esta materia se imparten a lo largo de los 3 primeros cursos siendo las tres asignaturas consecutivas y abarcando la misma materia con diversos grados de profundización y manejabilidad de las herramientas:

Gestión de la marca I- 2º curso

Gestión de la marca II- 3º curso

Competencias y resultados de aprendizaje que el estudiante adquiere con dicha asignatura

1. El alumno conoce las herramientas y los métodos básicos de creación de imágenes en marketing y sabe cómo presentarlos a los clientes.

2. El alumno tiene los conocimientos básicos para crear y gestionar una marca. Sabe cómo crear una marca para un producto, un servicio o una organización.

3. El alumno sabe desarrollar sistemáticamente una marca con la ayuda de la dirección y los proyectos de desarrollo. Sabe valorar el efecto de su marca.

Requisitos previos

- No se han establecido

ASIGNATURA **Gestión de la marca I** **3 ECTS, 75 horas** Obligatoria	**ASIGNATURA** **Gestión de la marca II** **3 ECTS, 75 horas** Obligatoria	

Actividades formativas

Sesiones de equipo en el aula desarrollando teoría y conceptos asociados a las materias y a los proyectos individuales y de equipo 1ECTS (Competencias 1,2 y 3)
Realización de proyectos internos del team company 0.8 ECTS (Competencias 1 y 2)
Realización de proyectos con empresas reales 0.8 ECTS (Competencias 1, 2 y 3)
Lectura de libros y redacción de informes individuales 1 ECTS (Competencias 1, 2 y 3)
Asumir posición de liderazgo en equipo y en proyectos 0.2 ECTS (Competencias 1, 2 y 3)
Aplicación de las TICs 1 ECTS (Competencias 3)
Seminarios, charlas y sesiones monográficas de ponentes 0.2 ECTS (Competencias 3)
Tutoría grupal o individual y evaluación 1 ECTS (Competencias 1,2 y 3)

Sistema de evaluación

✓ Todas las asignaturas de la materia se evaluarán mediante el Sistema de evaluación continua a través de la cual se proporciona una información constante, tanto a los profesores como a los estudiantes, de la situación del aprendizaje de la materia a lo largo del período académico.

✓ Del mismo modo se han definido los siguientes indicadores específicos que cada alumno de cada empresa (team company) ha de cumplir para superar la asignatura a final del curso.

Gestión de la marca I

1. Los alumnos entienden los conocimientos y herramientas básicas del branding y gestión de la marca.
2. Los equipos conocen la definición de la marca de Mondragon Team Factory, Mondragon Unibertsitatea y del grupo Mondragon y ha habido sesiones para tratar sus valores, compartiendo sus empresas (team companies) principios comunes.
3. Los equipos conocen las claves del co-branding y el beneficio que supone el uso de la marca corporativa, utilizan el logo de Mondragon Team Factory para mejorar su marketing y comunicación.

Gestión de la marca II

1. Los alumnos experimentan la creación de valor de su propia marca a través del uso de la marca Mondragon Team Factory, MU y grupo Mondragon y lo desarrollan aún más.
2. Los equipos gestionan el co-branding con clientes, proveedores, y el grupo cooperativo, utilizando la marca de Mondragon Team Factory en todas sus acciones.
3. Los equipos cuentan con sus propias tarjetas de visita, panfletos, páginas web, oficinas y un plan para negociar con los clientes. Todos estos materiales van en la misma línea de la marca gestionando el co-branding.
4. Los alumnos son agentes activos que gestionan activamente la marca de su empresa y Mondragon Team Factory en sus relaciones exteriores con clientes.
5. Todos los materiales de marketing de los equipos apoyan la marca de Mondragon Team Factory, coexistiendo con la marca e imagen propia de cada empresa (team company).

Breve resumen de contenidos

Gestión de la marca I
Visión en marketing, psicología en marketing.
LIBRO: 4-D Branding: Cracking the Corporate Code of the Network Economy by Thomas Gad (- Dec 29, 2000)

Gestión de la marca II
Estrategias de marketing y creación de marcas y submarcas, producción y visiones.
LIBROS:
Corporate Religion by Jesper Kunde and B.J. Cunningham (- Jun 2002)
Brand Leadership by David A. Aaker (- Jun 30, 2002)

MÓDULO 4: CIUDADANOS GLOBALES

PROCESO 4.1: Idiomas extranjeros: Inglés y Chino
PROCESO 4.2: Estancia de formación internacional: Finlandia, Silicon Valley y países BRICM

Denominación del MÓDULO	**Créditos ECTS**
CIUDADANOS GLOBALES	**36 ECTS (900 HORAS)**

Duración y ubicación temporal dentro del plan de estudios

Las materias que componen este módulo se imparten a lo largo de los cuatro años de la titulación

Competencias y resultados de aprendizaje que el estudiante adquiere con dicho módulo

1. El alumno dispone de un conocimiento avanzado de inglés empresarial es capaz de desenvolverse en conversaciones empresariales avanzadas gracias a sesiones de dialogo y de equipo así como presentaciones de proyectos.

2. El alumno desarrolla los conocimientos básicos, medios y avanzados de Chino conversacional a través de un proceso de aprendizaje "learning by doing" donde gracias a la combinación de una base teórica sólida con sesiones de dialogo en equipo pone en práctica conversaciones básicas, medias y avanzadas en Chino. Los conocimientos de chino empresarial son de nivel básico primando la capacidad conversacional generalistas.

3. El alumno es capaz de integrarse en un equipo internacional, identificar, experimentar y poner en practica las actitudes y practicas necesarias para llevar a cabo un proceso de aprendizaje innovador centrado en equipos emprendedores, "learning by doing" y trabajo con empresas reales.

4. El alumno ha analizado y asimilado la lógica y proceso de incubación de nuevas empresas digitales y en sectores emergentes (biotecnología, telemedicina, gaming…). Conoce de primera mano experiencias reales de nuevas empresas creadas así como las claves de éxito, dificultades y errores de los emprendedores que las crearon.

5. El alumno ha asimilado la lógica y proceso de implantación productiva de empresas en los países emergentes denominados BRICM (Brasil, Rusia, India, China y México) conociendo de primera mano la realidad de un país BRICM, experiencias reales de nuevas implantaciones de empresas extranjeras, así como las claves de éxito, dificultades y errores de sus estrategias.

Requisitos previos

Conocimientos previos de inglés hablado y escrito (nivel First Certificate)

PROCESO 4.1 IDIOMAS EXTRANJEROS: INGLÉS Y CHINO / FOREIGN LANGUAGES: ENGLISH AND CHINESE 20 ECTS (500 HORAS) F. BÁSICA/ OPTATIVA	PROCESO 4.2 ESTANCIA DE FORMACION INTERNACIONAL / INTERNATIONAL LEARNING JOURNEY 16 ECTS (400 HORAS) OBLIGATORIA

Actividades formativas

Sesiones de equipo en el aula desarrollando teoría y conceptos asociados a las materias y a los proyectos individuales y de equipo 26 ECTS (Competencias 1,2 y 3)
Realización de proyectos internos del team company 1 ECTS (Competencias 1 y 2)
Realización de proyectos con empresas reales 3 ECTS (Competencias 1, 2 y 3)
Lectura de libros y redacción de informes individuales 1 ECTS (Competencias 1, 2 y 3)
Asumir posición de liderazgo en equipo y en proyectos 1 ECTS (Competencias 1, 2 y 3)
Aplicación de las TICs 2 ECTS (Competencias 3)
Seminarios, charlas y sesiones monográficas de ponentes 2 ECTS (Competencias 3)
Tutoría grupal o individual y evaluación 4 ECTS (Competencias 1,2 y 3)

Sistema de evaluación

Todas las asignaturas del módulo se valorarán con procedimientos similares, siendo el sistema de evaluación continua el utilizado en dichos procedimientos. Las actividades formativas que se desarrollarán a lo largo de las materias de cada uno de los procesos se evaluarán atendiendo a las competencias que se adquieran: cada materia tiene asignados unos indicadores objetivos que permitirán al alumno en su team company acreditar el cumplimiento de los objetivos de la asignatura.

Para el caso de las experiencias de formación internacionales toma especial relevancia los trabajos llevados a cabo tras la estancia internacional, tanto aquellos proyectos específicos desarrollados como valoraciones individuales y de equipo del aprendizaje.

Breve resumen de contenidos

Dotar al estudiante de una visión global de la actividad empresarial, donde gracias a los conocimientos, competencias y experiencias adquiridas pueda: trabajar en equipos internacionales, identificar oportunidades existentes a nivel global, conocer las mejores experiencias a nivel internacional en formación en emprendizaje, creación de Start up digitales, implantanciones en mercados BRICM.
En definitiva este módulo permitirá al alumno desenvolverse eficazmente en una economía globalizada.

✓ Materia IDIOMAS EXTRANJEROS: INGLÉS Y CHINO (20 ECTS): Su objetivo es asegurar que el alumno maneja eficazmente los principales idiomas de negocios a nivel internacional. Gracias a un perfeccionado inglés empresarial y chino generalista, el alumno dispondrá de dos herramientas fundamentales en la gestión de negocios internacionales.
✓ Materia EXPERIENCIAS DE FORMACION INTERNACIONALES (16 ECTS): Su objetivo es que el alumno conozca de primera mano tres realidades a nivel internacional fundamentales para entender la dimensión global de la economía.

Denominación de la MATERIA/PROCESO 4.1 **IDIOMAS EXTRANJEROS: INGLÉS Y CHINO**	**Créditos ECTS** **20 ECTS (500 HORAS)** **Formación Básica / Obligatoria**

Duración y ubicación temporal dentro del plan de estudios

Las cuatro asignaturas que componen esta materia se imparten a lo largo de los 4 primeros cursos siendo para el caso del chino las tres asignaturas consecutivas y abarcando la misma materia con diversos grados de profundización y manejabilidad de las herramientas:

Inglés empresarial- 1º curso

Chino conversacional I- 2º curso

Chino conversacional II- 3º curso

Chino conversacional III- 4º curso

Competencias y resultados de aprendizaje que el estudiante adquiere con dicha asignatura

1. El alumno desarrolla su conocimiento de Inglés a través de un proceso de aprendizaje “learning by doing” donde pone en practica e incrementa su conocimiento de Inglés técnico de negocios gracias a sesiones de dialogo y de equipo así como presentaciones de proyectos.

2. El alumno desarrolla los conocimientos básicos, medios y avanzados de Chino conversacional a través de un proceso de aprendizaje “learning by doing” donde gracias a la combinación de una base teórica sólida con sesiones de dialogo en equipo pone en práctica conversaciones básicas, medias y avanzadas en Chino. Los conocimientos de chino empresarial son de nivel básico primando la capacidad conversacional generalistas.

Requisitos previos

- Conocimientos de inglés hablado y escrito: nivel de First Certificate

ASIGNATURA **Inglés empresarial** **8 ECTS, 200 horas** Formación Básica	**ASIGNATURA** **Chino conversacional I** **4 ECTS, 200 horas** **Opcional**	**ASIGNATURA** **Chino conversacional II** **4 ECTS, 200 horas** Opcional	**ASIGNATURA** **Chino conversacional III** **4 ECTS, 200 horas** **Opcional**

Actividades formativas

Sesiones de equipo en el aula desarrollando teoría y conceptos asociados a las materias y a los proyectos individuales y de equipo 14 ECTS (Competencias 1y 2)
Realización de proyectos internos del team company 2 ECTS (Competencias 1)
Realización de proyectos con empresas reales 1 ECTS (Competencias 1)
Lectura de libros y redacción de informes individuales 1 ECTS (Competencias 1)
Asumir posición de liderazgo en equipo y en proyectos 0.5 ECTS (Competencias 1)
Aplicación de las TICs 0.5 ECTS (Competencias 2)
Seminarios, charlas y sesiones monográficas de ponentes 0.5 ECTS (Competencias 1)
Tutoría grupal o individual y evaluación 0.5 ECTS (Competencias 1 y 2)

Sistema de evaluación

✓ Todas las asignaturas de la materia se evaluarán mediante el sistema de evaluación continua a través de la cual se proporciona una información constante, tanto a los profesores como a los estudiantes, de la situación del aprendizaje de la materia a lo largo del período académico.

✓ Del mismo modo se han definido los siguientes indicadores específicos que guiarán el proceso de evaluación que cada alumno ha de cumplir para superar la asignatura a final del curso.

Inglés conversacional

1. Valoración de los informes elaborados a lo largo de la asignatura en inglés.
2. Essay final en inglés.
3. Presentación pública de sesión en inglés empresarial sobre tema libre relacionado con algún proyecto llevado a cabo por el alumno.
4. Calificación obtenida en el examen TOFELL. (opcional del alumno)

Chino conversacional I, II y III

1. Valoración de las pruebas habladas y escritas mensuales.
2. Essay final en chino (en *Pinyin* y/o caracteres *Hanzi*).
3. Presentación pública en chino al final de cada asignatura donde se demuestren los conocimientos y capacitación de cada asignatura.
4. Calificación obtenida en el examen HSK. (opcional del alumno)

Breve resumen de contenidos

Inglés empresarial
Inglés técnico de negocios con capacidad oral y escrita para expresarse, presentar y defender proyectos, elaboración de propuestas, informes Motorota y learning contract.
LIBROS
Sweenwy, Simon; English for Business Communication. Cambridge University Press, 1997, 2003
MacKenzie, Ian; English for Business Studies. Cambridge University Press, 2002
Tullis, Graham and Trappe, Tonya; New Insights into Business. Longman, 2000

Chino conversacional I
Conocimientos básicos de Chino con especial relevancia de la capacidad oral de expresarse en conversaciones básicas del día a día.
LIBRO: “Xuexi Hanyu” Mandarin House Basic (2005)

Chino conversacional II
Conocimientos medios de Chino con especial relevancia de la capacidad oral de expresarse en conversaciones de complejidad media del día a día.
LIBRO: “Xuexi Hanyu” Mandarin House Intemediate (2005)

Chino conversacional III
Conocimientos avanzados de Chino con especial relevancia de la capacidad oral de expresarse en conversaciones de complejidad avanzada del día a día y vocabulario empresarial básico.
LIBRO: “Xuexi Hanyu” Mandarin House Advance (2005)

Denominación de la MATERIA/PROCESO 4.2 **ESTANCIA DE FORMACION INTERNACIONAL**	**Créditos ECTS** **16 ECTS (400 HORAS)** **Obligatoria**

Duración y ubicación temporal dentro del plan de estudios

Las tres asignaturas que componen esta materia se imparten a lo largo de los 3 primeros cursos, siendo las tres asignaturas consecutivas:

Equipos internacionales: Finlandia- 1º curso

Innovación en Silicon Valley: EEUU- 2º curso

Oportunidades en países emergentes: BRICM- 3º curso

Competencias y resultados de aprendizaje que el estudiante adquiere con dicha asignatura

1. El alumno es capaz de integrarse en un equipo internacional, asimilando la lógica de funcionamiento de un proceso de aprendizaje inspirado en la teoría de creación de conocimiento (Nonaka & Takeuchi).

2. El alumno es capaz de identificar, experimentar y poner en practica las actitudes y practicas necesarias para llevar a cabo un proceso de aprendizaje innovador centrado en equipos emprendedores, "learning by doing" y trabajo con empresas reales.

3. El alumno ha analizado y asimilado la lógica y proceso de incubación de nuevas empresas digitales y en sectores emergentes (biotecnología, telemedicina, gaming…).

4. El alumno conoce de primera mano experiencias reales de nuevas empresas creadas así como las claves de éxito, dificultades y errores de los emprendedores que las crearon.

5. El alumno y su equipo han asimilado la lógica y proceso de implantación productiva de empresas en los países emergentes denominados BRICM (Brasil, Rusia, India, China y México).

6. El alumno conoce de primera mano la realidad de un país BRICM, experiencias reales de nuevas implantaciones de empresas extranjeras o proyectos de empresas locales y conoce las claves de éxito, dificultades y errores de sus estrategias y las claves de país.

Requisitos previos

- No se han establecido

ASIGNATURA **Equipos internacionales: Finlandia** **5 ECTS, 200 horas** **Obligatoria**	ASIGNATURA **Innovación en Silicon Valley (EEUU)** **5 ECTS, 200 horas** **Obligatoria**	ASIGNATURA **Oportunidades en los países emergentes: BRICM** **6 ECTS, 200 horas** **Obligatoria**

Actividades formativas

Sesiones de equipo en el aula desarrollando teoría y conceptos asociados a las materias y a los proyectos individuales y de equipo 8 ECTS (Competencias 1, 2,3,4,5 y 6)
Realización de proyectos internos del team company 2 ECTS (Competencias 1 y 2)
Realización de proyectos con empresas reales 1 ECTS (Competencias 1 y 2)
Lectura de libros y redacción de informes individuales 2 ECTS (Competencias 1,2,3,4,5,6 y 7)
Asumir posición de liderazgo en equipo y en proyectos 0 ECTS (Competencias)
Aplicación de las TICs 0 ECTS (Competencias)
Seminarios, charlas y sesiones monográficas de ponentes 2 ECTS (Competencias 1,2,3,4,5 y 6)
Tutoría grupal o individual y evaluación 1 ECTS (Competencias 1,2,3,4,5, y 6)

Sistema de evaluación

✓ Todas las asignaturas de la materia se evaluarán mediante el sistema de evaluación continua a través de la cual se proporciona una información constante, tanto a los profesores como a los estudiantes, de la situación del aprendizaje de la materia a lo largo del período académico.

✓ Del mismo modo se han definido los siguientes indicadores específicos que guiaran el proceso de evaluación que cada alumno ha de cumplir para superar cada asignatura a final del curso.

1. Informe del trabajo previo, inquietudes y areas de interés a profundizar en la experiencia internacional
2. Documentación propia del análisis y de las lecciones aprendidas en la experiencia internacional
3. Presentación pública (sesión birth giving) en inglés sobre la experiencia internacional.

Breve resumen de contenidos

Equipos internacionales: Finlandia
Los alumnos se integran por un periodo de 8 semanas en un equipo internacional en la unidad de emprendizaje Team Academy en Finlandia. Se permite la transmisión de la experiencia de los alumnos finlandeses en la lógica de aprendizaje en equipos emprendedores. Combinando un proceso de aprendizaje en el equipo internacional y el equipo propio del alumno de Mondragon Unibertsitatea tiene lugar un aprendizaje práctico del funcionamiento óptimo del aprendizaje en equipo. El alumno conoce y se familiariza con las herramientas básicas de este tipo de aprendizaje como son el contrato de aprendizaje, las sesiones de diálogo y la lógica de trabajo con empresas en proyectos.

Innovación en Silicon Valley: EEUU
A través de un *learning journey* de dos semanas al Silicon Valley (California), se llevaran a cabo visitas a empresas, entrevistas y sesiones de grupo con empresarios emprendedores y con jóvenes emprendedores en proceso de incubación. Se visitaran algunos de los centros, laboratorios así como se asistirá a eventos y conferencias de empresas digitales y sectores emergentes.
Los alumnos y sus equipos han de integrar la experiencia de aprendizaje en sus contratos de aprendizaje asumiendo algún reto u objetivo a cumplir. Del mismo modo llevaran a cabo un informe de las principales claves del proceso de aprendizaje.

Oportunidades en países emergentes: BRICM

A través de un *learning journey* de dos semanas en uno de los países BRICM, se llevaran a cabo visitas a empresas, entrevistas y sesiones de grupo con empresarios de multinacionales y de empresas locales. Se visitaran algunos de los centros de investigación, así como se asistirá a eventos, conferencias y reuniones con empresarios locales a fin de entender algunas de las claves de país.

Los alumnos y sus equipos han de integrar la experiencia de aprendizaje en sus contratos de aprendizaje asumiendo algún reto u objetivo a cumplir. Del mismo modo llevaran a cabo un informe de las principales claves del proceso de aprendizaje.

MÓDULO 5: EL PROCESO DE CREACION DE EMPRESAS Y LA ESPECIALIZACION

Materia/proceso 5.1: TALLERES DE LIDERAZGO
Materia/proceso 5.2: PROGRAMAS DE ESPECIALIZACION

Denominación del MÓDULO	**Créditos ECTS**
EL PROCESO DE CREACION DE EMPRESAS Y LA ESPECIALIZACION	**48 ECTS (1200 HORAS)**

Duración y ubicación temporal dentro del plan de estudios

Las materias que componen este módulo se imparten principalmente en los dos últimos años de la titulación

Competencias y resultados del aprendizaje que el estudiante adquiere con dicho módulo

1. El alumno define sus propias áreas de especialización habiendo profundizado tanto en la teoría como en la práctica en talleres específicos de al menos dos de las siguientes áreas: gestión de la innovación, marketing personal, coaching de equipos y liderazgo.

2. El alumno tras conocer las características generales de los siguientes tipos de empresas intensivas del conocimiento (empresas y emprendedores sociales, empresas de biociencias, economía de la experiencia y servicios industriales y empresas digitales) es capaz de decidir en cual de ellas quiere especializarse.

3. El alumno se especializa en uno de los cuatro tipos de empresa intensiva en conocimiento, conoce y asimila sus particularidades, las herramientas más importantes para su gestión, claves de competitividad y canales de distribución y/o comercialización.

4. El alumno es capaz de integrarse en una empresa concreta (de su tipo de especialización) y llevar a cabo un proyecto en equipo en el ámbito de gestión de la innovación, desarrollo de nuevos productos, desarrollo de nuevos negocios, entre otros.

5. El alumno dispone de los conocimientos y experiencias parciales necesarias para poder asumir el desarrollo de un nuevo proyecto empresarial y creación de empresa, con especial importancia del tipo de empresa intensiva en conocimiento en la que se ha especializado.

6. El alumno dispone de una red social profesional fuera del entorno académico que le permite identificar oportunidades de futuro con sus actuales contactos y clientes.

Requisitos previos

No se han establecido

MATERIA/PROCESO 5.1	MATERIA/PROCESO 5.2	
TALLERES DE LIDERAZGO **8 ECTS** **(200 HORAS)** **OBLIGATORIA / OPCIONAL**	**PROGRAMAS DE ESPECIALIZACION** **40 ECTS** **(1000 HORAS)** **OBLIGATORIA /OPCIONAL**	

Actividades formativas

Sesiones de equipo en el aula desarrollando teoría y conceptos asociados a las materias y a los proyectos individuales y de equipo 5 ECTS (Competencias 1,2,3,4, 5 5, 6, 7)
Realización de proyectos internos de la team company 2.5 ECTS(Competencias1,2,3,5,6, 7)
Realización de proyectos con empresas reales 5 ECTS (Competencias 4,5,6 y 7)
Lectura de libros y redacción de informes individuales 2.5 ECTS(Competencias 1,2,4,5,6,7)
Asumir posición de liderazgo en equipo y en proyectos 5 etcs (Competencias 1,2,3,4,5,6,7)
Aplicación de las Tics 4 ECTS (Competencias 1,2,5, 6 y 7)
Seminarios, charlas y sesiones monográficas de ponentes 2 ECTS (Competencias 3,5 y 7)
Tutoría grupal o individual y evaluación 2 ECTS (Competencias 1,2,3,4 y 5)

Sistema de evaluación

Todas las asignaturas del módulo se valorarán siguiendo un procedimiento coherente. El sistema de evaluación utilizado es el de la evaluación continua a nivel individual y de equipo para cada materia (proceso) y asignatura.

Las actividades formativas que se desarrollarán a lo largo de las materias se evaluarán atendiendo a las competencias con indicadores específicos asignados que permitirán:

- Evaluar y acreditar el cumplimiento de los objetivos mínimos en cada asignatura a nivel de equipo. Esta valoración corresponderá como máximo al 70% de la nota final individual del alumno.
- Evaluar el desempeño específico del alumno en asignatura especifica gracias a un proceso de evaluación 360% que se lleva a cabo semestralmente. Esta evaluación incorpora el imput del resto de compañeros de la empresa (team company), sus clientes, profesores docentes y el tutor de la empresa (team company). Esta valoración corresponderá como mínimo a un 30% de la nota final individual.

El presente sistema de evaluación promueve y asegura un aprendizaje continuo y evolutivo que integra la dimensión cooperativa a nivel de equipo así como la evaluación del desempeño individual de cada alumno. Del mismo modo incorpora imputs de todos los agentes que interactúan con el aprendizaje del alumno coherente con la teoría de “stakeholders” actual de gestión empresarial.

Breve resumen de contenidos

Dotar al estudiante de los conocimientos, herramientas y experiencias necesarias para la creación de nuevas empresas intensivas en conocimiento habiéndose especializado en uno de los cuatro sectores (empresas sociales, empresas de biociencias, empresas digitales, y economía de la experiencia).

En este módulo destacan las siguientes fases: asimilación de algunas competencias especificas para el desarrollo de nuevos proyectos empresariales, asimilación de las características generales de los cuatro tipos de empresas intensivas en conocimiento y especialización en uno de ellos, experiencia práctica en dos proyectos con empresas del sector, y asimilación de tres herramientas técnico-financieras básicas para el desarrollo de nuevos proyectos empresariales. Estas fases de aprendizaje tienen lugar a través de los procesos o materias siguientes que componen el módulo:

- ✓ TALLERES DE LIDERAZGO (8 ECTS): Su objetivo es posibilitar que el alumno desarrolle su capacidad y competencias de liderazgo, existen cuatro talleres optativos de los que el alumno cursara al menos dos de ellos.
- ✓ PROGRAMAS DE ESPECIALIZACION (40 ECTS): Su objetivo es la especialización de alumno en alguno de los cuatro tipos de empresas intensivas en conocimiento. El alumno compaginará un estudio teórico y práctico contando con prácticas especializadas en la empresa.

Denominación de la MATERIA/PROCESO 5.1	**Créditos ECTS**
TALLERES LIDERAZGO	**ECTS 8 (200 HORAS)** **Obligatoria / Opcional**

Duración y ubicación temporal dentro del plan de estudios

Los cuatro asignaturas que componen esta materia se imparten en el tercer curso del grado. Se trata de cuatro posibles talleres opcionales de los que el alumno ha de elegir y cursar al menos dos de ellos.

Taller: Liderazgo

Taller: Marketing personal

Taller: Gestor de la innovación

Taller: Coaching de equipos

Competencias y resultados de aprendizaje que el estudiante adquiere con dicha asignatura

1. El alumno conoce las herramientas que le permiten hacer una mejor gestión de su trabajo y es capaz de poner planes estratégicos en práctica. Sabe gestionar el cambio y hace que las relaciones con los clientes también formen parte del liderazgo. Es capaz de liderar un equipo y tener motivada a la gente.

2. Además desarrolla y crea su propia identidad de marketing personal, desde esta concepción personal experimenta como gestionar y liderar diversos proyectos en el área de marketing. Tiene la capacidad de convertir diferentes productos y servicios en experiencias para los clientes. Entiende el significado de los distintos entornos y canales de marketing.

3. El alumno tiene la capacidad de crear nuevas ideas para dar respuesta a los retos propuestos por los clientes y después presentárselas tanto a los clientes como al resto de miembros del equipo. Conoce las teorías sobre la creación de innovaciones y las pone en práctica. Es capaz de desarrollar productos, servicios y procesos junto con otras personas.

4. El alumno tiene la capacidad de coordinar el proceso de aprendizaje de equipos autogestionados. Conoce las principales herramientas de coaching de equipos y las ha puesto en práctica

Requisitos previos

- No se han establecido

TALLER: LIDERAZGO **Liderazgo** **4 ECTS, 100 horas** Obligatoria / Opcional	**TALLER: MARKETING PERSONAL** **4 ECTS, 100 horas** Obligatoria / Opcional	**TALLER: GESTOR DE LA INNOVACION** **4 ECTS, 100 horas** Obligatoria / Opcional	**TALLER: COACHING DE EQUIPOS** **4 ECTS, 100 horas** Obligatoria / Opcional

Actividades formativas

Sesiones de equipo en el aula desarrollando teoría y conceptos asociados a las materias y a los proyectos individuales y de equipo	2 ECTS (Competencias 1,2,3 y 4)
Realización de proyectos internos de la team company	0.5 ECTS (Competencias 1,2, 3 y 4)
Realización de proyectos con empresas reales	1 ECTS (Competencias 2, 3 y 4)
Lectura de libros y redacción de informes individuales	1 ECTS (Competencias 1,2, 3 y 4)
Asumir posición de liderazgo en equipo y en proyectos	1 ECTS (Competencias 2, 3 y 4)
Aplicación de las TICs	0.5 ECTS (Competencias 1, 2, 3 y 4)
Seminarios, charlas y sesiones monográficas de ponentes	1 ECTS (Competencias 2, 3 y 4)
Tutoría grupal o individual y evaluación	1 ECTS (Competencias 1,2, 3 y 4)

Sistema de evaluación

✓ Todas las asignaturas de la materia se evaluarán mediante el Sistema de evaluación continua a través de la cual se proporciona una información constante, tanto a los profesores como a los estudiantes, de la situación del aprendizaje de la materia a lo largo del período académico.

✓ Del mismo modo se han definido los siguientes indicadores específicos que cada alumno de cada empresa (team company) ha de cumplir para superar la asignatura a final del curso.

Taller: Liderazgo

1. Los alumnos asistirán a 6 sesiones intensivas.
2. Los alumnos deberán afrontar el reto de una posición de liderazgo.
3. Los alumnos deberán redactar seis informes (uno después de cada sesión).
4. Los alumnos redactarán un documento final sobre todo el programa.

Taller: Marketing personal

1. Los alumnos asistirán a 6 sesiones intensivas.
2. Los alumnos realizarán un proyecto en el área de marketing personal.
3. Los alumnos deberán redactar seis informes de las sesiones.
4. Los alumnos redactarán un documento final sobre todo el programa.

Taller: Gestor de la Innovación

1. Los alumnos asistirán a 6 sesiones intensivas.
2. Los alumnos realizarán un proyecto en el área de innovación.
3. Los alumnos deberán redactar seis informes de las sesiones.
4. Los alumnos realizarán un documento final sobre todo el programa.

Taller: Coaching de equipos

1. Los alumnos asistirán a 6 sesiones intensivas de coaching.
2. Los alumnos aprenderán las claves y herramientas para el coach de equipos autogestionados y definirán su propio estilo de coaching de equipos.
3. Disponen de un foro práctico para el desarrollo organizacional
4. Los alumnos deberán redactar seis informes de las sesiones.
5. Los alumnos realizarán un documento final sobre todo el programa.

Breve resumen de contenidos

Taller: Liderazgo
La filosofía del liderazgo, tareas y herramientas del líder, liderazgo de las relaciones con los clientes, gestión del cambio, estrategia, creación del perfil de líder de uno mismo.
LIBROS:
Managing, Performing, Living. Effective Management for a new era. by Fredmund Malik (Feb 1, 2003)
The Leadership Challenge, 4th Edition by James M. Kouzes and Barry Z. Posner (Aug 4, 2008)

Taller: Marketing personal
Creación de experiencias, canales y entornos de marketing, relaciones con los clientes, planificación y gestión de marketing, creación del perfil comercial de uno mismo.
LIBROS:
The One to One Fieldbook (One to One) by Don Peppers and Martha Rogers (Paperback - Jan 5, 1999)
Brand Failures: The Truth about the 100 Biggest Branding Mistakes of All Time by Matt Haig (Oct 1, 2005)

Taller: Gestor de la Innovación
El contenido de este programa está dirigido al desarrollo de productos, servicios y procesos de cada empresa (team company). Creación y desarrollo de innovaciones, desarrollo del producto partiendo de una idea, cómo ofrecer un servicio especializado, el desarrollo del producto en colaboración con el cliente.
LIBROS:
Walt Disney: The Triumph of the American Imagination (Vintage) by Neal Gabler (Oct 9, 2007)
Six Thinking Hats by Edward de Bono (Aug 18, 1999)
Funky Business Forever: How to Enjoy Capitalism (Financial Times) by Jonas Ridderstrale and Kjell Nordstrom (Jan 31, 2008)

Taller: Coaching de equipos
El contenido de este programa está dirigido al desarrollo de la capacidad de coordinación y coaching de equipos. Creación y desarrollo del estilo personal de coaching, identificación del proceso de aprendizaje de equipos y conocer las principales herramientas de coaching de equipos.
LIBROS:
Medici Effect: What Elephants and Epidemics Can Teach Us About Innovation by Frans Johansson (Aug 30, 2006)
The Knowledge-Creating Company: How Japanese Companies Create the Dynamics of Innovation by Ikujiro Nonaka and Hirotaka Takeuchi (May 18, 1995)
The Experience Economy: Work Is Theater & Every Business a Stage by B. Joseph Pine and James H. Gilmore (April 1999)
The Fifth Discipline: The Art & Practice of The Learning Organization by Peter M. Senge (Mar 21, 2006)
The Winner Within: A Life Plan for Team Players by Pat Riley (Oct 1, 1994)

Denominación de la MATERIA/PROCESO 5.2 **PROGRAMAS DE ESPECIALIZACION**	**Créditos ECTS** **40 ECTS (1000 HORAS)** **Optativa/Obligatoria**

Duración y ubicación temporal dentro del plan de estudios

Las cinco asignaturas que componen esta materia se imparten en el tercer y cuarto curso del grado. En el caso de las especializaciones, estas son optativas de forma que el alumno ha de elegir una de las cuatro respondiendo a su itinerario de especialización de la carrera. Las asignaturas e itinerarios de especialización son:

Empresas y emprendedores sociales

Empresas de biociencias o Biotecnología

Empresas digitales o negocios virtuales

Economía de la experiencia para empresas industriales

Del mismo modo existe una asignatura que pretende compaginar este itinerario de especialización con la experiencia práctica en empresas. Esta asignatura es:

Practicas especializadas en empresa

Competencias y resultados de aprendizaje que el estudiante adquiere con dicha asignatura

- **Empresas y emprendedores sociales:** El alumno es capaz de gestionar las particularidades de las empresas sociales. Conoce la lógica de los servicios sociales y actividad de Organizaciones no gubernamentales (ONGs) y la necesidad de incorporar un proyecto empresarial viable que integre sus dimensiones económicas y sociales incrementando las sinergias existentes en la satisfacción de ambas. Del mimo modo ha asimilado las teorías específicas que hacen referencia a este tipo de empresa (Fortuna en la base de la pirámide, Stakeholders, Responsabilidad Social Corporativa, Cooperativas y gestión democrática, Economía social y solidaria,…).
  El alumno es capaz de: identificar nuevas oportunidades y existentes (inmigración, tercera edad, base de la pirámide en países emergentes,…), desarrollar nuevos proyectos con y para empresas, gestionar su red de contactos profesionales en empresas sociales, así como plantear la creación de nuevas empresas sociales.

- **Empresas de biociencias o Biotecnología:** El alumno es capaz de gestionar las particularidades de las empresas de biociencias o biotecnología. Conoce la lógica de las empresas de biociencias y biotecnología y la necesidad de incorporar las funciones de gestión, organización y planificación. Del mismo modo ha asimilado las teorías específicas que hacen referencia a este tipo de empresas (economía del conocimiento, industria y mercado de la biotecnología, empresas de base tecnológica, transferencia tecnológica, innovación abierta,...). El alumno es capaz de identificar nuevas oportunidades para desarrollar nuevos proyectos con y para las empresas.

- **Empresas digitales o negocios virtuales:** El alumno es capaz de gestionar las particularidades de las empresas digitales o negocios virtuales. Conoce la lógica de los productos y servicios de soporte digital y software, así como los diversos modelos de negocio existentes y las particulares de distribución, viabilidad, escalabilidad, ciclo de vida y acceso al mercado o marketing de estos negocios y empresas. Del mimo modo ha

asimilado las teorías, conceptos y herramientas específicos que hacen referencia a este tipo de empresa (Ebusiness, Emarketing, Redes sociales, B2C, B2B, P2P, Wikie, Web 2.0, Blogs, etc).
El alumno es capaz de: identificar nuevas oportunidades existentes (gestión de redes sociales, egamming, movilidad de servicios,…), desarrollar nuevos proyectos con y para empresas, gestionar su red de contactos profesionales en empresas sociales, así como plantear la creación de nuevas empresas digitales.

- **Economía de la experiencia para empresas industriales:** El alumno es capaz de gestionar las particularidades de las empresas que asumen la economía de la experiencia como clave de competitividad. Conoce la lógica de los productos y servicios centrados en la experiencia del usuario, así como los diversos modelos de negocio existentes y las particulares de desarrollo de producto, viabilidad, ciclo de vida y acceso al mercado o marketing de estos negocios y empresas. Del mimo modo ha asimilado las teorías, conceptos y herramientas específicos que hacen referencia a este tipo de empresa (Mass customization, Usabilidad, Laboratorios de usuario (U-labs), estrategia de océanos azules, Co-creación, Redes neuronales, Test de usuarios, etc.).
El alumno es capaz de: identificar nuevas oportunidades existentes en la migración hacia modelos de competividad centrados en la experiencia, desarrollar nuevos proyectos con y para empresas, gestionar su red de contactos profesionales en empresas centradas en la experiencia de usuario, así como plantear la creación de nuevas empresas cuya clave de competitividad este en la experiencia del usuario.

- **Practicas especializadas en empresa:** El alumno se integra en la actividad de una empresa del tipo en el que ha llevado a cabo su programa de especialización (empresas sociales, empresas biociencias, servicios industriales y empresas de economía de la experiencia, y empresas digitales). El alumno participara en algún proyecto interno que la empresa esté desarrollando en el ámbito de gestión de la innovación y desarrollo de nuevos productos y/o negocios. La empresa puede estar localizada tanto en el entorno local como en el extranjero. El alumno cursara 30 ECTS existiendo la posibilidad de hacerlo en la misma empresa o en distintas empresas y proyectos, cursando dos asignaturas de 15 ECTS.

Requisitos previos

- No se han establecido

ASIGNATURA	**ASIGNATURA**	**ASIGNATURA**	**ASIGNATURA**	**ASIGNATURA**
Programa de especialización: Emprendedores sociales **10 ECTS, 250 horas** Optativa	**Programa de especialización: Biotecnología** **10 ECTS, 250 horas** Optativa	**Programa de especialización: Empresas digitales** **10 ECTS, 250 horas** Optativa	**Programa de especialización: Economía de la experiencia y servicios industriales.** **10 ECTS, 250 horas** **Optativa**	**Practicas especializadas en empresa.** **30 ECTS, 750 horas** **Obligatoria**

Actividades formativas

Sesiones de equipo en el aula desarrollando teoría y conceptos asociados a las materias y a los proyectos individuales y de equipo 2 ECTS (Competencias 1, 2,3,4,5 y 6)
Realización de proyectos internos de la team company 2 ECTS (Competencias 1 y 2)
Realización de proyectos con empresas reales 16 ECTS (Competencias 1 y 2)
Lectura de libros y redacción de informes individuales 2 ECTS (Competencias 1,2,3,4,5,6 y 7)
Asumir posición de liderazgo en equipo y en proyectos 2 ECTS (Competencias)
Aplicación de las TICs 2 ECTS (Competencias)
Seminarios, charlas y sesiones monográficas de ponentes 2 ECTS (Competencias 1,2,3,4,5 y 6)
Tutoría grupal o individual y evaluación 2 ECTS (Competencias 1,2,3,4,5, y 6)

Sistema de evaluación

- ✓ Todas las asignaturas de la materia se evaluarán mediante el sistema de evaluación continua a través de la cual se proporciona una información constante, tanto a los profesores como a los estudiantes, de la situación del aprendizaje de la materia a lo largo del período académico.
- ✓ Del mismo modo se han definido los siguientes indicadores específicos que guiaran el proceso de evaluación que cada alumno ha de cumplir para superar la materia a final del curso con independencia del itinerario/asignatura de especialización del alumno.

1. Los alumnos realizarán por lo menos dos proyectos en grupo con empresas de su itinerario de especialización.
2. Los alumnos deberán redactar un informe por cada una de las sesiones intensivas de especialización.
3. Los alumnos realizarán un documento final que resuma las herramientas, teorías y principales aprendizajes individuales en el programa.
4. Los alumnos harán una presentación pública (birth giving) del aprendizaje del programa.
5. Los alumnos redactaran un informe final de cada experiencia de prácticas especializadas.

Breve resumen de contenidos

Empresas y Emprendedores Globales: Particularidades, herramientas y teorías de los emprendedores sociales y las empresas sociales: Fortuna en la base de a pirámide, Responsabilidad Social Corporativa, Teoría de los stakeholders, Cooperativismo de trabajo, consumo e industrial, entre otros.
LIBROS:
The Fortune at the Bottom of the Piramid (Prahalad C.K)
Emprendedores sociales: como cambiar el mundo (Bronstein)
Cooperativismo industrial (Aranzadi)
El hombre cooperativo: pensamiento del Padre Arizmendiarrieta (Azurmendi)
From Mondragon to America (Macleod)
Making Mondragon (Whyte & Whyte)

Empresas de biociencias o Biotecnología: Particularidades, herramientas y teorías de los emprendedores sociales y las empresas sociales: concepto de biociencias y biotecnología, industria de la biotecnología, estrategia Biobasque 2010, factores clave de las empresas biotecnológicas, entre otros.
LIBROS:
Pisano, G. (2006) Science Business: The Promise, the Reality, and the Future of Biotech
Binder, G. (2008) Science Lessons: What the Business of Biotech Taught Me About Management
Porter, M. (2006) Redefining Health Care: Creating Value-Based Competition on Results.
Friedman, Y. (2008): Building Biotechnology: Business, Regulations, Patents, Law, Politics, ScienceCommercializing Successful
Mehta, S. (2008): Biomedical Technologies: Basic Principles for the Development of Drugs, Diagnostics and Devices

Empresas digitales o negocios virtuales: Particularidades, herramientas y teorías de los emprendedores sociales y las empresas sociales: e-business, B2C, B2B, P2P, web 2.0, redes sociales, gestores de contenidos y redes neuronales, wikies, blogs, innovación abierta, e-gaming, entre otros.

LIBROS:
Negocios digitales (Gary Hammel)
Wikinomics: How Mass Collaboration Changes Everything (Tapscott)
Long Tail, The, Revised and Updated Edition: Why the Future of Business is Selling Less of More (Anderson)
The World is flat (Freeman)
The new age of innovation (Prahalad)
The Search: How Google and Its Rivals Rewrote the Rules of Business and Transformed Our Culture (Battele)

Economía de la experiencia para empresas industriales: Particularidades, herramientas y teorías de la economía de la experiencia y el futuro de los servicios industriales: 4Es (Estética, Entretenimiento, Escapismo y Educación), usabilidad y experiencia de usuario, tribus sociales, ciclo de vida de producto, servicio y experiencia, entre otros.
LIBROS:
Experience Economy (Gilmore and Pine)
The Event Marketing Handbook : Beyond Logistics and Planning (Haget)
Making It Happen: From Interactive to Participatory Language Teaching (Patricia Amato)
Measuring the User Experience: Collecting, Analyzing, and Presenting Usability Metrics
Prioritizing Web Usability (VOICES): Jako Nielsen

Prácticas especializadas en empresa: El alumno a través de las prácticas especializadas en empresa profundizara en aquellos contenidos y herramientas de su itinerario de especialización. Los contenidos específicos dependerán de la empresa específica de cada alumno así como en el trabajo que lleve a cabo.

MÓDULO 6: PROYECTO FIN DE GRADO

Materia/proceso 6.1: TRABAJO FIN DE GRADO (MEMORIA ESTRATEGICA DE START-UP)
Materia/proceso 6.2: PROYECTO FIN DE GRADO

Denominación del MÓDULO	**Créditos ECTS**
PROYECTO FIN DE GRADO	**26 ECTS (650 HORAS)**

Duración y ubicación temporal dentro del plan de estudios

Las materias que componen este módulo se imparten a lo largo del último curso semestre de la titulación.

Competencias y resultados de aprendizaje que el estudiante adquiere con dicho módulo

1. Desarrollar el plan estratégico de empresa de un nuevo negocio a crear fuera o dentro de una empresa ya existente. Desde la idea de negocio hasta el lanzamiento incluyendo su viabilidad tecnológica, de mercado y económico financiero, así como el desarrollo de un prototipo testado en el mercado con clientes.
2. Detectar oportunidades para emprender nuevos negocios, innovar y/o desarrollar nuevos productos
3. Integrarse en cualquier área funcional de una empresa u organización y desempeñar con soltura cualquier labor de gestión de la innovación.
4. Elaborar, gestionar y poner en marcha proyectos empresariales en la empresa.
5. Identificar las fuentes de información (interna y externa) económica relevante e interpretar las oportunidades y amenazas existentes para el lanzamiento de nuevos productos, negocios o proyectos empresariales.
6. Liderar equipos y desarrollar el talento humano en la organización a través de la autogestión y la gestión de conocimiento
7. Usar la tecnología de la información y las comunicaciones en todo su desempeño profesional con especial peso de la gestión de redes sociales
8. Disponer de una visión global de la empresa, con capacidad para comunicarse en castellano, euskera e inglés a nivel empresarial así como en chino básico.
9. Establecer y gestionar la red de contactos profesionales tanto en el ámbito interno como externo de la empresa.
10. Adquisición de las 21 competencias transversales que forman el perfil del grado agrupadas en sus tres dimensiones:
    - Aprender en equipo (1-7)
    - Liderar en equipo (8-14)
    - Emprender en equipo (15-21)

Requisitos previos

Haber superado la totalidad de las asignaturas de formación básica del grado
Haber cursado y superado la asignatura optativa de programa de especialización programada en el tercer curso.

MATERIA 1 TRABAJO FIN DE GRADO: MEMORIA ESTRATEGICA START-UP 6 ECTS (150 HORAS) TRABAJO FIN DE CARRERA	MATERIA 2 PROYECTO FIN DE GRADO 20 ECTS (500 HORAS) OBLIGATORIA

Actividades formativas

Sesiones de equipo en el aula desarrollando teoría y conceptos asociados a las materias y a los proyectos individuales y de equipo 3 ECTS (Competencias 1,2,3,4,5,6,7,8,9, y 10)
Desarrollo de competencias personales y profesionales9 ECTS (Competencias 1,2,3,4,5,6,7,8,9, y 10)
Desarrollo, redacción y presentación de la memoria del Proyecto Fin de Grado 4 ECTS (Competencias 1,2,3,4,5,6,7,8,9 y10)
Lectura de libros y redacción de informes individuales 2 ECTS (Competencias 1,2,3,4,5,6 y 7)
Asumir posición de liderazgo en equipo y en proyectos 4 ECTS (Competencias 1,2,3,4,5,6, y10)
Aplicación de las Tics 2 ECTS (Competencias 2,4,5,6,7 y 9)
Tutoría grupal o individual y evaluación 2 ECTS (Competencias 3,4,5,6,9 y 10,)

Sistema de evaluación

- ✓ Todas las asignaturas de la materia se evaluarán mediante el Sistema de evaluación continua a través de la cual se proporciona una información constante, tanto a los profesores como a los estudiantes, de la situación del aprendizaje de la materia a lo largo del período académico.

- ✓ El carácter finalista e integrador de conocimientos y capacidades de este módulo requiere especial atención en el seguimiento periódico y constante por parte de los tutores (Universidad- Empresa- Instituciones) del desarrollo del trabajo realizado por lo alumnos; para ello la Facultad cuenta con la planificación previa y los mecanismos de control necesarios en cada fase del proyecto.

Breve resumen de contenidos

Su objetivo es elaborar y presentar un trabajo como ejercicio integrador de las competencias, tanto técnicas como transversales, trabajadas durante la titulación, favoreciendo de este modo, el acercamiento de los alumnos al mundo laboral.

✓ Materia TRABAJO FIN DE GRADO (6 ECTS): su objetivo es redactar y presentar una memoria estratégica de creación de empresa de nueva creación o intraemprendizaje, como resultado del trabajo realizado por el alumno en el Proyecto Fin e Grado. Esta memoria estratégica ha de incluir todas las fase de desarrollo de proyecto empresarial, siendo estas: generación de idea de empresa, desarrollo de plan de negocio, plan estratégico de empresa (misión, visión y objetivos), viabilidad técnica, viabilidad económico-financiera, viabilidad comercial y de mercado, prototipo y primera experiencia de comercialización.
✓ Materia PROYECTO FIN DE GRADO (20 ECTS): su objetivo es desarrollar un proyecto de creación de empresa (de nueva creación o intraemprendizaje) como culminación de la titulación cursada por el alumno. Este proyecto se llevará a cabo en aquel tipo de empresa donde el alumno se ha especializado en el desarrollo del grado (empresas sociales, biociencias y biotecnología, servicios industriales y economía de la experiencia, o empresa digitales), en una empresa en el extranjero o a través de un proyecto Erasmus.

Denominación de la MATERIA	**Créditos ECTS**
TRABAJO FIN DE GRADO: MEMORIA ESTRATEGICA START-UP	**6 ECTS (150 horas)** **Trabajo Fin de Carrera**

Duración y ubicación temporal dentro del plan de estudios

La asignatura que compone esta materia se imparte en el 4º curso de la titulación:

Trabajo fin de grado: memoria estratégica de Start up

Competencias y resultados de aprendizaje que el estudiante adquiere con dicho módulo

1. Desarrollar el plan estratégico de empresa de un nuevo negocio a crear fuera o dentro de una empresa ya existente. Desde la idea de negocio hasta el lanzamiento incluyendo su viabilidad tecnológica, de mercado y económico financiera, así como el desarrollo de un prototipo testado en el mercado con clientes.
2. Detectar oportunidades para emprender nuevos negocios, innovar y/o desarrollar nuevos productos
3. Elaborar, gestionar y poner en marcha proyectos empresariales en la empresa.
4. Identificar las fuentes de información (interna y externa) económica relevante e interpretar las oportunidades y amenazas existentes para el lanzamiento de nuevos productos, negocios o proyectos empresariales.
5. Usar la tecnología de la información y las comunicaciones en todo su desempeño profesional con especial peso de la gestión de redes sociales
6. Adquisición de las 21 competencias transversales que forman el perfil del grado agrupadas en sus tres dimensiones:
   Aprender en equipo (1-7)
   Liderar en equipo (8-14)
   Emprender en equipo (15-21)

Requisitos previos

Haber superado la totalidad de las asignaturas de formación básica del grado
Haber cursado y superado la asignatura optativa de programa de especialización programada en el tercer curso.

<u>Asignatura</u>

Trabajo fin de grado: memoria estratégica de Start up
6 ECTS, 150 horas

Trabajo Fin de Carrera

Actividades formativas

Desarrollo, redacción y presentación de la memoria del Proyecto Fin de Grado	**5 ECTS (Competencias 1,2,3,4,5, y 6)**
Tutorías de seguimiento individualizadas	**1 ECTS (Competencias 1,2,3,4,5 y 6)**

Sistema de evaluación

✓ Cada alumno deberá presentar la Memoria del Proyecto Fin de Grado ante un Tribunal compuesto por profesores de la Facultad de Ciencias Empresariales de M.U. y representantes de la Empresa, Universidad o Institución en la que se haya desarrollado el Proyecto. En dicha presentación se valorarán los siguientes ítems:

- Documentación
- Exposición y defensa del Proyecto
- Trabajo realizado

✓ El carácter finalista e integrador de conocimientos y capacidades de este módulo requiere especial atención en el seguimiento periódico y constante por parte de los tutores (Universidad-Empresa- Instituciones) del desarrollo del trabajo realizado por lo alumnos; para ello la Facultad cuenta con la planificación previa y los mecanismos de control necesarios en cada fase del proyecto.

Breve resumen de contenidos

Trabajo Fin de Grado

El trabajo Fin de Grado está compuesto por la Memoria que consiste en un documento que recoge el trabajo realizado por el alumno.
Esta memoria estratégica ha de incluir todas las fase de desarrollo de proyecto empresarial, siendo estas: generación de idea de empresa, desarrollo de plan de negocio, plan estratégico de empresa (misión, visión y objetivos), viabilidad técnica, viabilidad económico-financiera, viabilidad comercial y de mercado, prototipo y primera experiencia de comercialización.

Denominación de la MATERIA **PROYECTO FIN DE GRADO**	**Créditos ECTS** **20 ECTS (500 horas)** **Obligatoria**

Duración y ubicación temporal dentro del plan de estudios

La asignatura que compone esta materia se imparte en el 4º curso de la titulación:

Desarrollo de proyecto empresarial: de nueva creación - 4º curso

Desarrollo de proyecto empresarial: intraemprendizaje - 4º curso

Desarrollo de proyecto empresarial: Erasmus - 4º curso

Competencias y resultados de aprendizaje que el estudiante adquiere con dicha materia

1. Desarrollar el plan estratégico de empresa de un nuevo negocio a crear fuera o dentro de una empresa ya existente. Desde la idea de negocio hasta el lanzamiento incluyendo su viabilidad tecnológica, de mercado y económico financiera, así como el desarrollo de un prototipo testado en el mercado con clientes.
2. Detectar oportunidades para emprender nuevos negocios, innovar y/o desarrollar nuevos productos
3. Integrarse en cualquier área funcional de una empresa u organización y desempeñar con soltura cualquier labor de gestión de la innovación.
4. Elaborar, gestionar y poner en marcha proyectos empresariales en la empresa.
5. Identificar las fuentes de información (interna y externa) económica relevante e interpretar las oportunidades y amenazas existentes para el lanzamiento de nuevos productos, negocios o proyectos empresariales.
6. Liderar equipos y desarrollar el talento humano en la organización a través de la autogestión y la gestión de conocimiento
7. Usar la tecnología de la información y las comunicaciones en todo su desempeño profesional con especial peso de la gestión de redes sociales
8. Disponer de una visión global de la empresa, con capacidad para comunicarse en castellano, euskera e inglés a nivel empresarial así como en chino básico.
9. Establecer y gestionar la red de contactos profesionales tanto en el ámbito interno como externo de la empresa.
10. Adquisición de las 21 competencias transversales que forman el perfil del grado agrupadas en sus tres dimensiones:
    - Aprender en equipo (1-7)
    - Liderar en equipo (8-14)
    - Emprender en equipo (15-21)

Requisitos previos

Haber superado la totalidad de las asignaturas de formación básica del grado
Haber cursado y superado la asignatura optativa de programa de especialización programada en el tercer curso.

Asignatura Desarrollo de proyecto empresarial: de nueva creación 20 ECTS (500 h) Trabajo Fin de Grado	Asignatura Desarrollo de proyecto empresarial: intraemprendizaje 20 ECTS (500 h) Trabajo Fin de Grado	Asignatura Desarrollo de proyecto empresarial: Erasmus 20 ECTS (500 h) Trabajo Fin de Grado

Actividades formativas

Sesiones de equipo en el aula desarrollando teoría y conceptos asociados a las materias y a los proyectos individuales y de equipo 2 ECTS (Competencias 1,2,3,4,5,6,7,8,9, y 10)
Desarrollo de competencias personales y profesionales8 ECTS (Competencias 1,2,3,4,5,6,7,8,9, y 10)
Lectura de libros y redacción de informes individuales 2 ECTS (Competencias 1,2,3,4,5,6 y 7)
Asumir posición de liderazgo en equipo y en proyectos 4 ECTS (Competencias 1,2,3,4,5,6, y10)
Aplicación de las Tics 2 ECTS (Competencias 2,4,5,6,7 y 9)
Tutoría grupal o individual y evaluación 2 ECTS (Competencias 3,4,5,6,9 y 10,)

Sistema de evaluación

- ✓ Cada alumno deberá realizar el Proyecto Fin de Grado en una de las 3 modalidades ofertadas por la Facultad de Ciencias Empresariales. Este Proyecto se valorará a través de la evaluación continua que realizarán los agentes que se responsabilizan de la tutorización de los Proyectos.

- ✓ El carácter finalista e integrador de conocimientos y capacidades de este módulo requiere especial atención en el seguimiento periódico y constante por parte de los tutores (Universidad-Empresa- Instituciones) del desarrollo del trabajo realizado por lo alumnos; para ello la Facultad cuenta con la planificación previa y los mecanismos de control necesarios en cada fase del proyecto.

Breve resumen de contenidos

Su objetivo es elaborar y presentar un trabajo como ejercicio integrador de las competencias, tanto técnicas como transversales, trabajadas durante la titulación.

Desarrollo de proyecto empresarial: de nueva creación - 4º curso
El alumno se integra en la incubadora de empresas de MU Saiolan y desarrolla todo el proceso de creación de empresas desde el desarrollo de la idea de negocio hasta el prototipado y primer testeo comercial. En esta unidad cuenta con un tutor personal que acompaña el desarrollo de todo el proceso de creación de empresa durante todo el periodo.
Saiolan es la incubadora de empresas del grupo cooperativo de Mondragon habiéndose creado numerosas empresas en los más de 30 años desde su constitución. Esta unidad ha desarrollado un modelo y programa especifico de desarrollo de proyectos empresariales. Para mas información consultar www.saiolan.com

Desarrollo de proyecto empresarial: intraemprendizaje - 4º curso
El alumno se integra en una empresa en marcha para afrontar el desarrollo de un proyecto de intraemprendizaje, es decir, un nuevo proyecto empresarial que tiene lugar dentro de la empresa. El alumno llevará a cabo todo el proceso de creación de empresa desde su generación de ideas hasta el desarrollo del prototipo y primer testeo de comercialización.
La empresa puede estar localizada en el entorno local o en el extranjero. En ambos casos el alumno cuenta con un tutor personal que acompaña el desarrollo de todo el proceso de

creación de empresa durante todo el periodo.
Existe un acuerdo estratégico entre MU y el grupo cooperativo de Mondragon para que los alumnos de MU puedan desarrollar su proyecto final de carrera tanto en las cooperativas matrices como en sus filiales en el extranjero. Para mas información consultar http://www.mondragon.edu/novedades/convenio-entre-mu-y-mcc-internacional-para-que-los-alumnos-de-la-universidad-puedan-realizar-practicas-en-las-delegaciones-extranjeras-del-grupo

Desarrollo de proyecto empresarial: "Erasmus" - 4º curso

El alumno se desplaza a un país de la unión Europea para de la mano de una empresa o emprendedor en este país desarrollar un nuevo proyecto empresarial. De esta forma se permite al alumno disponer del emplazamiento óptimo para el desarrollo del nuevo plan de negocio en aquel lugar europeo más idóneo fomentan la fertilización cruzada.
El alumno llevará a cabo todo el proceso de creación de empresa desde la generación de ideas hasta el desarrollo del prototipo y primer testeo de comercialización. El alumno cuenta con un tutor personal que acompaña el desarrollo de todo el proceso de creación de empresa durante todo el periodo.
Esta opción se enmarca y en la medida en que fructifique puede enlazarse específicamente al nuevo programa "Erasmus for young entrepreneurs" en proceso de gestación en el ámbito de la Unión Europea. Para más información consultar:
http://ec.europa.eu/enterprise/entrepreneurship/support_measures/erasmus/feasability.htm

NORMATIVA ACADÉMICA

NORMATIVA ACADÉMICA

PREÁMBULO

La Normativa Académica que se recoge a continuación destaca los aspectos más importantes contenidos en la misma.

Una copia completa de dicha normativa se encuentra a disposición de los alumnos en la Secretaría del Centro.

LOS NUEVOS PLANES DE ESTUDIO

Sistema de Créditos ECTS

La reforma de estudios introduce el término "crédito ECTS" como una nueva unidad de valor en torno al cual se articula el plan de estudios. Cada asignatura tiene una valoración en créditos. Un crédito equivale a 25 horas (presenciales y no presenciales). La obtención de créditos por el alumno se efectuará de acuerdo con los sistemas de valoración de conocimientos, competencias y la evaluación que la universidad establezca.

Módulos, Materias y Asignaturas

Los nuevos planes de estudio se construyen con módulos, materias y asignaturas. Los módulos son conjuntos de materias que dan respuesta a las competencias definidas en el perfil de la titulación, siendo las materias, unidades temáticas correspondientes a una misma área de conocimiento. A su vez, las materias se componen de asignaturas cuyos programas se detallan en esta guía docente.

Las asignaturas contenidas en los Planes de Estudios se clasifican como sigue:

- **Formación Básica**: Son asignaturas de conocimientos introductorias correspondientes a la rama de conocimiento al que se adscribe el título.

- **Materias Obligatorias y Optativas**: Son las que establece libremente la Universidad en cada Plan de Estudios. Las primeras han de ser cursadas obligatoriamente por el alumno y las segundas son las que las Universidades ponen en oferta cada curso para su posible elección por parte del alumno, de acuerdo con sus preferencias y/o intereses.

MARCO NORMATIVO DEL SISTEMA DE RECONOCIMIENTO Y TRANSFERENCIA DE CRÉDITOS

Reconocimiento de créditos

Se entiende por reconocimiento de créditos la aceptación de los créditos que, habiendo sido obtenidos por el alumno en unas enseñanzas oficiales, en Mondragon Unibertsitatea o en otra Universidad, se computen en las enseñanzas de Grado en Liderazgo Emprendedor e Innovación, a los efectos de la obtención de un título oficial.

En el caso de traslado de expediente de otra Universidad a Mondragon Unibertsitatea, o en caso de cambio de enseñanzas oficiales dentro de esta Universidad, cuando el título al que el estudiante pretende acceder pertenezca a la misma rama de conocimiento le serán reconocidos automáticamente los créditos correspondientes a materias de formación básica de dicha rama, con una carga lectiva total en créditos similar a la que acredita haber obtenido en las enseñanzas anteriores.

En el caso de traslado de expediente de otra Universidad a Mondragon Unibertsitatea o en caso de cambio de enseñanzas oficiales dentro de esta Universidad, cuando el titulo al que el estudiante pretende acceder no pertenezca a la misma rama de conocimiento, serán también objeto de reconocimiento automático los créditos de las materias de formación básica obtenidos en las enseñanzas cursadas anteriormente que pertenezcan a la rama de conocimiento del título al que se pretende acceder, con una carga lectiva total en créditos similar a la que acredita haber obtenido en las enseñanzas anteriores.

El resto de créditos podrán ser reconocidos por la Facultad de Ciencias Empresariales en función de la adecuación entre las competencias y conocimientos asociados a las restantes materias cursadas por el estudiante y los previstos en el plan de estudios o bien si son de carácter transversal, siempre que la carga lectiva en créditos ECTS sea similar.

Los créditos reconocidos según lo recogido en los apartados anteriores, serán calificados con calificaciones numéricas, de acuerdo a lo dispuesto en el artículo 5 del R.D. 1125/2003, de 5 de septiembre.

Transferencia de créditos

Se entiende por transferencia de créditos, la inclusión en los documentos académicos oficiales acreditativos de las enseñanzas seguidas por cada estudiante, de la totalidad de los créditos obtenidos en enseñanzas oficiales cursadas con anterioridad, en Mondragon Unibertsitatea o en otra Universidad, que no hayan conducido a la obtención de un título oficial.

Expediente Académico

En el expediente académico del alumno se recogerán todos lo créditos obtenidos por el estudiante en enseñanzas oficiales, de Mondragon Unibertsitatea o de otra Universidad, para la obtención del título, sean transferidos, reconocidos o superados, indicando lo que corresponda en cada caso. Cuando se trate de créditos reconocidos, se hará constar la siguiente información referida a las enseñanzas de procedencia: la(s) universidad(es), las enseñanzas oficiales y la rama a la que estas se adscriben; las materias y/o asignaturas obtenidas y el nº de créditos, y la calificación obtenida.

Suplemento Europeo al Título

El Suplemento Europeo al Título expedido a los alumnos reflejará todos lo créditos obtenidos por el estudiante en enseñanzas oficiales, de Mondragon Unibertsitatea o de otra Universidad, para la obtención del título correspondiente, sean transferidos, reconocidos o superados, con las mismas especificaciones que se han determinado para el Expediente Académico.

ACTIVIDAD DOCENTE Y EVALUACIÓN DEL ALUMNADO

Planificación Docente

La Dirección del centro velará por la igualdad de condiciones en la docencia y gestión de las enseñanzas conducentes a la obtención de los diversos títulos y de las especialidades que se imparten en el Centro.

La Dirección de cada centro aprobará y publicara con la antelación suficiente el calendario escolar para cada año académico.

El curso lectivo se regirá por el horario semanal de clases teóricas y prácticas, que será hecho público antes del comienzo del período lectivo.

Antes de la apertura del plazo de matrícula de cada curso académico, el Centro pondrá a disposición de los alumnos la información básica sobre cada una de las asignaturas que se imparten:

- Objetivos, programas y bibliografía básica
- Sistema de Evaluación
- Metodología
- Período de vacaciones
- Otras actividades docentes

Además se incorporarán a estos todos aquellos datos que se consideren de interés.

En los horarios de clases teóricas y prácticas figurarán los nombres de los profesores que las imparten.

Estructura Cuatrimestral y Convocatorias

El alumno que formalice la matrícula en cualquier asignatura podrá solicitar su anulación previa presentación de la solicitud pertinente formulada mediante instancia dirigida al Secretario del Centro, siempre que esta se presente antes del 30 de noviembre del nuevo año académico.

La anulación de la matrícula se hará de oficio cuando no se cumpla alguno de los requisitos exigidos para su formalización o se haya incurrido en falsedad de datos o documentación a aportar.

El importe de la matrícula anulada no se devuelve en ningún caso.

El alumno matriculado en una asignatura tiene derecho a una única convocatoria por año académico.

Primer Curso. Matrícula por primera vez

Los alumnos de nuevo ingreso deberán matricularse obligatoriamente de todos los créditos correspondientes al primer año.

Por cuestiones derivadas de necesidades educativas especiales o excepcionalmente, atendiendo a la situación personal del alumno, y bajo solicitud dirigida al Decano de la Facultad, éste podrá autorizar que el número de créditos de la matrícula sea inferior al expuesto en el párrafo anterior, no pudiendo ser nunca inferior al número mínimo de créditos que se exige a los alumnos de matrículas sucesivas.

Matriculas sucesivas

Una vez superado el requisito de permanencia, el alumno deberá matricularse de un mínimo de 30 créditos, salvo en el caso de que el número total de créditos que le restase para la finalización de la titulación sea inferior al mínimo establecido, en cuyo caso deberá matricularse de todos ellos.

El alumno deberá incluir obligatoriamente dentro de las asignaturas elegidas aquellas que hubiera cursado el año anterior y que no superó, incluso si con dichas asignaturas se supera el número mínimo de créditos establecido para la titulación.

Permanencia

Los alumnos de nuevo ingreso de primer curso, deberán superar el primer año mínimamente el 20% de los créditos en los que estén matriculados.

Superada la fase selectiva, el régimen de permanencia se limita con la 4ª convocatoria, pudiendo en su caso, solicitar una de gracia.

BECAS Y AYUDAS AL ESTUDIO

La Convocatoria General de Becas y Ayudas al estudio se publica en el mes de julio y el plazo para formalizar las solicitudes abarca desde el 11 de julio al 15 de octubre.

- Departamento de Educación, Universidades e Investigación del Gobierno Vasco (se publica en el B.O.P.V)

- Ministerio de Educación y Cultura (se publica en el B.O.E.)

Los miembros de Familia Numerosa, gozaran de una ayuda equivalente al 50% o 100% del importe de los precios públicos, cuando se trate de familias numerosas de carácter general o especial respectivamente.

Asimismo, los alumnos de primer curso que habiendo obtenido matricula de honor en 2º curso de Bachillerato Logse o equivalente, se beneficiaran de una ayuda equivalente al 100% de los precios públicos.

Igualmente, aquellos alumnos ya matriculados en la Facultad, que obtengan la calificación de Matricula de Honor en cualquier asignatura durante el presente curso, quedaran exentos, el próximo curso, del pago del numero de créditos total en el que hubieran obtenido dicha calificación.

Al final de cada curso escolar, la Universidad publicará la oferta de becas propias para el curso siguiente, en la que figurará toda la oferta conjunta de las Facultades y Escuela que forman Mondragón Unibertsitatea.

SEGURO ESCOLAR

El Seguro Escolar se crea por ley el 17 de julio de 1.953 (B.O.E. de 18 de agosto) para garantizar la previsión social en beneficio de los estudiantes, atendiendo a su protección y ayuda en circunstancias adversas, fortuitas o previsibles.

El abono del Seguro Escolar es obligatorio y se realiza en el momento de cumplimentar la matricula.

Dicho seguro tiene como limitación la edad de 28 años, por lo cual el centro realizara un seguro obligatorio, que tenga mínimamente la cobertura del Seguro Escolar a aquellos alumnos que superen dicha edad.

BEKABIDE

La Universidad dispone de un programa especial, denominado Bekabide, el cual aúna las ayudas publicas y propias de la universidad, adecuando los pagos a las posibilidades económicas del alumno.

CALENDARIO ACADÉMICO

Inicio de Clases

- 13 de septiembre (1º-2º Curso - Campus Bidasoa)
- 20 de septiembre (1º Curso - Campus Oñati)

Períodos Lectivos

- Primer semestre

  Del 13/20 de septiembre de 2010 al 4 de febrero de 2011

- Segundo semestre

  Del 14 de febrero al 24 de junio de 2011

Período Lectivo sin clases

- Navidad

  Del 23 de diciembre de 2010 al 9 de enero de 2011

- Semana Santa

  Del 20 de abril al 1 de mayo de 2011

Fiestas locales y oficiales

Campus Oñati:

San Miguel : 29 y 30 de septiembre y 1 de octubre
Nuestra Señora del Rosario : 4 y 5 de octubre

Campus Oñati / Bidasoa:

Las aprobadas por el Gobierno Vasco para los años 2010 y 2011:
Nª Sra. del Pilar : 11 (puente) y 12 de octubre
Todos los Santos : 1 de noviembre
Inmaculada : 6, 7 (Puente) y 8 de diciembre

Fiestas particulares

Día de la Facultad : A concretar

CALENDARIO LEINN CURSO 2010/2011

SEPTIEMBRE

L	M	M	J	V	S	D
		1	2	3	4	5
6	7	8	9	10	11	12
13	14	15	16	17	18	19
20	21	22	23	24	25	26
27	28	29	30			

OCTUBRE

L	M	M	J	V	S	D
				1	2	3
4	5	6	7	8	9	10
11	12	13	14	15	16	17
18	19	20	21	22	23	24
25	26	27	28	29	30	31

NOVIEMBRE

L	M	M	J	V	S	D
1	2	3	4	5	6	7
8	9	10	11	12	13	14
15	16	17	18	19	20	21
22	23	24	25	26	27	28
29	30					

DICIEMBRE

L	M	M	J	V	S	D
		1	2	3	4	5
6	7	8	9	10	11	12
13	14	15	16	17	18	19
20	21	22	23	24	25	26
27	28	29	30	31		

ENERO

L	M	M	J	V	S	D
					1	2
3	4	5	6	7	8	9
10	11	12	13	14	15	16
17	18	19	20	21	22	23
24	25	26	27	28	29	30
31						

FEBRERO

L	M	M	J	V	S	D
	1	2	3	4	5	6
7	8	9	10	11	12	13
14	15	16	17	18	19	20
21	22	23	24	25	26	27
28						

MARZO

L	M	M	J	V	S	D
	1	2	3	4	5	6
7	8	9	10	11	12	13
14	15	16	17	18	19	20
21	22	23	24	25	26	27
28	29	30	31			

ABRIL

L	M	M	J	V	S	D
				1	2	3
4	5	6	7	8	9	10
11	12	13	14	15	16	17
18	19	20	21	22	23	24
25	26	27	28	29	30	

MAYO

L	M	M	J	V	S	D
						1
2	3	4	5	6	7	8
9	10	11	12	13	14	15
16	17	18	19	20	21	22
23	24	25	26	27	28	29
30	31					

JUNIO

L	M	M	J	V	S	D
		1	2	3	4	5
6	7	8	9	10	11	12
13	14	15	16	17	18	19
20	21	22	23	24	25	26
27	28	29	30			

JULIO

L	M	M	J	V	S	D
				1	2	3
4	5	6	7	8	9	10
11	12	13	14	15	16	17
18	19	20	21	22	23	24
25	26	27	28	29	30	31

COMIENZO CURSO/PARCIAL OÑATI/BIDASOA
VACACIONES
FIESTAS PATRONALES (OÑATI)
FIESTAS BIDASOA/OÑATI