UNIVERSIDAD DE GRANADA

Vicerrectorado de Calidad, Innovación Docente y Estudios de Grado

Número de pdf: 1332

RECONOCIMIENTO DE CRÉDITOS POR ACTIVIDADES UNIVERSITARIAS

- [x] CULTURALES
- [ ] DEPORTIVAS
- [ ] DE REPRESENTACIÓN ESTUDIANTIL
- [ ] SOLIDARIAS Y DE COOPERACION

Renovación

Sí

SUBTIPO

Competencia de cultura emprendedora

CENTRO, SERVICIO U ÓRGANO PROPONENTE

Fundación General Universidad de Granada-Empresa

TÍTULO DE LA ACTIVIDAD

4 Estrategias Claves para Emprender y potenciar la Marca Personal. II Edición

WEB DE LA ACTIVIDAD (en su caso)

https://fundacionugrempresa.es

ORGANIZA

Fundación General Universidad de Granada Empresa

DIRECTOR/A
(que certificará la asistencia y participación en la actividad)

- María Mercedes Romerosa Martínez. Directora Gerente de la Fundación General Universidad de Granada Empresa Profesora del Departamento de Organización de Empresas. Universidad de Granada.

FECHA DE REALIZACIÓN

del 04-05-2015 al 06-05-2015

Nº DE HORAS

50

CREDITOS SOLICITADOS

2

CREDITOS CONCEDIDOS

1

JUSTIFICACION Y MEMORIA EXPLICATIVA (extensión máxima: 1.500 caracteres sin espacios)

En un contexto profesional determinado por la influencia de los procesos de globalización, de restructuración y crisis financiera la forma más efectiva de lograr diferenciarnos como profesionales es gestionar nuestra carrera aplicando estrategias similares a las que desarrollan las grandes empresas para el posicionamiento de sus productos o servicios.
El Marco Europeo de Competencias Clave para el Aprendizaje Permanente establece que la competencia asociada al Sentido de la Iniciativa y el Espíritu Emprendedor comprende la habilidad de transformar las ideas en actos y está relacionada con la creatividad, la innovación y la asunción de riesgos, así como la habilidad para implementar estrategias eficaces de marca personal que nos permitan diferenciarnos en un entorno profesional cada vez más competitivo.
Desarrollar la competencia de emprendimiento y marca personal supone adaptar el perfil profesional a las nuevas necesidades que demandan las sociedades tecnológicas y globalizadas es decir actuando con una

visión estratégica individualizada, pero teniendo en cuenta el mercado global que se desarrolla en el espacio virtual como fuente prioritaria de visibilidad profesional.
Sin embargo, la mayoría de los estudios publicados en los últimos años sobre las Competencias más demandadas por el entorno productivo y los Factores Clave para la Empleabilidad, ponen de manifiesto que las evidencias en la adquisición y el desarrollo de las competencias asociadas al sentido del espíritu emprendedor por los titulados universitarios, no se corresponde con las exigencias de desempeño profesional impuestos por el mercado.
Como resultado de una sesión de trabajo con empleadores acerca del papel de la Educación Superior en la adquisición de competencias, un profesional destacó que lo que marca la diferencia entre dos candidatos es la actitud: "……..Las empresas no siempre eligen al candidato más o mejor preparado técnicamente, porque lo que más valoran hoy son factores como la flexibilidad, el espíritu emprendedor, la marca personal……"
En este sentido distintos expertos en estrategia y desarrollo de las personas aseguran que el primer paso para comenzar a trabajar la empleabilidad es reflexionar acerca del valor añadido o diferencial que uno puede aportar al mercado, ya que la información que se recoge en los CV apenas permite marcar grandes diferencias entre candidatos.
Desarrollar estrategias de marca personal en competencias relacionadas con el espíritu emprendedor permitirán al alumno universitario gestionar su perfil profesional en términos de marca. No se trata del valor que él cree que puede aportar como profesional sino de aquel valor que los otros creen que puede aportar.
Así en el proceso que permite la creación de marca personal y espíritu emprendedor el candidato deberá identificar quién es, lo que sabe hacer y lo que puede ofrecer al mercado, la necesidad que satisface y cómo lo muestra en el mundo externo.
Desde esta perspectiva un alumno universitario que desarrolla estrategias efectivas de emprendimiento y marca personal está garantizando resultados positivos en la mejora de su empleabilidad ya que le permitirá diferenciarse del resto de profesionales.
El objetivo fundamental de este Curso es sensibilizar al alumno universitario sobre la necesidad de desarrollar estrategias que les permitan diferenciar su proyecto de carácter emprendedor aplicando herramientas de marketing personal.
Para la consecución de este objetivo general se analizarán contenidos clave como posicionamiento profesional de un proyecto de carácter emprendedor, motivación personal, resiliencia profesional, la importancia de la visibilidad y la imagen profesional, la capitalización de oportunidades que ofrece el marketing personal o procesos clave para iniciar un proyecto de autoempleo como es la Franquicia.
La metodología utilizada en este Curso otorga más importancia a los procesos de aprendizaje del alumno que a los de enseñanza, cumpliendo uno de los principales básicos del nuevo paradigma de la Educación Superior donde el estudiante es el protagonista de su proceso de enseñanza-aprendizaje.
Desde esta perspectiva se llevarán a cabo actividades fundamentadas en el análisis de situaciones reales y simuladas que permitan identificar al alumno los procesos que permiten posicionar en entornos muy competitivos proyectos de carácter emprendedor.
Esta propuesta formativa impulsada por la Fundación General Universidad de Granada-Empresa está avalada por los resultados en la ejecución de actividades formativas en desarrollo de competencias transversales llevados a cabo durante los año 2013 y 2014.
El primer curso "Estrategias para el desarrollo de Competencias Clave y Posicionamiento Profesional en el Mercado de Trabajo Internacional", I Edición ha tenido como finalidad concienciar al alumno sobre la necesidad de identificar y valorizar las competencias clave que, en términos de resultados de aprendizaje, han ido adquiriendo a lo largo de su trayectoria personal, formativa o laboral y conocer herramientas innovadoras que permiten presentar evidencias de estas competencias en distintos momentos de su incorporación al mercado de trabajo.
El segundo curso "El Desarrollo de la Competencia de Orientación a Resultados como elemento clave para favorecer el estímulo del Espíritu Emprendedor", II Edición se llevaron a cabo actividades fundamentadas en el análisis de situaciones reales y simuladas que permitieron identificar al alumno los procesos que conducen a logro de resultados en el cumplimiento de una determinada tarea o actividad, a conseguir objetivos en

términos de coste eficacia y a aportar soluciones ante situaciones complejas y con una alta presión del entorno.
El tercer curso denominado “El desarrollo de la Competencia de Trabajo en Equipo como elemento clave para aplicar en contextos profesionales el Sentido de la Iniciativa y el Espíritu Emprendedor. I Edición” permitió al alumno garantizar su capacidad de actuación en la planificación y coordinación de tareas dentro del equipo, en la fijación de objetivos y en la gestión del rendimiento, en la comunicación eficaz dentro del equipo así como en la resolución de conflictos que impiden la consecución de los resultados óptimos.
Al mismo tiempo esta propuesta formativa impulsada por la Fundación General Universidad de Granada-Empresa está avalada por los resultados en la ejecución de los Proyectos CORE y PROPOUND.
El primer Proyecto denominado “Cualificación, Oportunidad y Reconocimiento para la Empleabilidad” ha tenido como finalidad el fomentar la empleabilidad de mujeres y jóvenes con alta cualificación, pero con dificultades objetivas y subjetivas de empleabilidad, mediante la identificación y valoración de las competencias profesionales que favorecen la transición del sistema educativo al mercado de trabajo.
El segundo proyecto denominado “Desarrollo de un Modelo de Competencias clave para los Programas de Posgrado de la Universidad” tiene un objetivo doble: a) introducir y testar una metodología de identificación y evaluación de competencias transversales, claves para la empleabilidad, en una muestra de Programas Académicos de Postgrado en diversas Universidades Europeas y b) diseñar y difundir estrategias y modelos innovadores para la reforma curricular de los Programas de Posgrado, dirigidos a promover la formación y desarrollo de los estudiantes en estas competencias.
Teniendo en cuenta el impacto que produce el desarrollo de la competencia de emprendedurismo y marca personal en el desarrollo profesional, entendemos que la viabilidad comercial está asegurada.

PLAN DE LA ACTIVIDAD, PROGRAMA, CONTROL DE ASISTENCIA, MÉTODO DE EVALUACIÓN, EN SU CASO (extensión máxima: 3.500 caracteres sin espacios)

El alumno sabrá:
• Reconocer las distintas dimensiones de la competencia del sentido de la iniciativa y el espíritu emprendedor atendiendo a la realización efectiva de tareas profesionales.
• Analizar el mundo de la franquicia como herramienta para el autoempleo, obteniendo una visión general de la Franquicia y sabiendo identificar el modelo que más se ajusta al perfil del futuro franquiciado.
• Describir los primeros conceptos para la negociación así como los procesos para la puesta en marcha de la empresa y su gestión.
• Reconocer la importancia de la Motivación Personal como factor clave en el alcance del éxito como emprendedor y el la resiliencia profesional.
• Analizar el perfil de personas que han desarrollado proyectos de carácter emprendedor aplicando estrategias de marca personal.
• Analizar y evaluar los elementos clave para posicionar en el mercado globalizado un proyecto de carácter emprendedor.
• Mediante actividades de Role Playing el alumno deberá asegurar soluciones eficaces y sostenibles para el posicionamiento de un proyecto de carácter emprendedor.
• Mediante el uso de herramientas de marketing personal el alumno reconocerá las estrategias que permiten mostrar su proyecto emprendedor aplicando procesos de gestión de marca.
El alumno será capaz de:
• Describir e identificar los conceptos de Motivación Personal, Resiliencia Profesional y su relación directa con el éxito laboral.
• Identificar sus verdaderas motivaciones en el ámbito profesional para que éstas puedan constituir su motor de logros.
• Canalizar sus emociones y pensamientos orientándolos al crecimiento personal y a la resiliencia profesional.
• Aplicar los procesos necesarios para la puesta en marcha y gestión de una Franquicia.
• Aplicar el proceso que permite la creación de la marca personal de su proyecto emprendedor mediante la aplicación del análisis FODA (Fortalezas, Oportunidades, Debilidades y Amenazas).

• Evaluar los medios más adecuados para lograr la visibilidad de su proyecto emprendedor como son la redes sociales, los blogs, el networking o las páginas webs.
Programa:
Delimitación conceptual de la competencia asociada al Sentido de la Iniciativa y el Espíritu de Empresa: Emprendedurismo y Marca personal. Ignacio de Castillo Díaz Gerente | Consultoría - HCAS. Empresa Deloitte
La Franquicia como vía de Emprendimiento. Modelos de Franquicias. El Proceso de Selección de la Franquicia adecuada. Emilio Pedro Palomar Goyanes. Scio Veritas. Economistas & Asesores
El emprendimiento como actitud personal. La motivación como elemento clave. Miguel Meersmans Sánchez-Jofré y Ángeles López Jiménez. Psicólogos. Gabinete Neuropsicológico y Jurídico
Evaluación y análisis de proyectos emprendedores que han posicionado sus productos o servicios aplicando estrategias de marca. Análisis de casos prácticos. Marina Manzano Fernández. Técnico del Área de Formación y Empleo de la Fundación General Universidad de Granada-Empresa (FGUGREM).
Actividades académicas específicas a desarrollar por el alumno en la acción formativa:
El alumno deberá realizar un trabajo autónomo de 4 horas atendiendo a las siguientes actividades:

- El alumno deberá cumplimentar una Matriz DAFO que le permita identificar y evaluar sus puntos fuertes y débiles en el desarrollo de un proyecto de carácter emprendedor.
- El alumno deberá diseñar una estrategia para el posicionamiento de un proyecto emprendedor.
- El alumno deberá cumplimentar un cuestionario de Autoevaluación de la Competencia que permite el desarrollo de proyectos emprendedores.
Evaluación del alumno:
? Asistencia y participación en el curso: 40%.
? Trabajo fin de curso: 60%.
Destinatarios:
- Alumnos del Título de grado de la Universidad de Granada con especial incidencia en las siguientes especialidades:
o Administración y Dirección de Empresas.
o Economía.
o Finanzas y Contabilidad.
o Marketing e Investigación de Mercados.
o Turismo.

- Diplomados y licenciados de cualquier titulación de la Universidad de Granada.

- Cualquier alumno de la Universidad de Granada que pueda estar interesado en el curso.

OBSERVACIONES