

17-18

MÁSTER UNIVERSITARIO EN
INVESTIGACIÓN EN PSICOLOGÍA (PLAN
2016)

GUÍA DE ESTUDIO PÚBLICA



PSICOLOGÍA DEL EMPRENDEDOR

CÓDIGO 22202525



Ámbito: GUJ - La autenticidad, validez e integridad de este documento puede ser verificada mediante el "Código Seguro de Verificación (CSV)" en la dirección <https://sede.uned.es/valida/>



94008CB8533A951ABC66C9F7C5137956

17-18

PSICOLOGÍA DEL EMPRENDEDOR
CÓDIGO 22202525

ÍNDICE

PRESENTACIÓN Y CONTEXTUALIZACIÓN
REQUISITOS Y/O RECOMENDACIONES PARA CURSAR ESTA ASIGNATURA
EQUIPO DOCENTE
HORARIO DE ATENCIÓN AL ESTUDIANTE
COMPETENCIAS QUE ADQUIERE EL ESTUDIANTE
RESULTADOS DE APRENDIZAJE
CONTENIDOS
METODOLOGÍA
SISTEMA DE EVALUACIÓN
BIBLIOGRAFÍA BÁSICA
BIBLIOGRAFÍA COMPLEMENTARIA
RECURSOS DE APOYO Y WEBGRAFÍA



Nombre de la asignatura	PSICOLOGÍA DEL EMPRENDEDOR
Código	22202525
Curso académico	2017/2018
Títulos en que se imparte	MÁSTER UNIVERSITARIO EN INVESTIGACIÓN EN PSICOLOGÍA (PLAN 2016) (máster seleccionado) / MÁSTER UNIVERSITARIO EN INVESTIGACIÓN EN PSICOLOGÍA
Tipo	CONTENIDOS
Nº ETCS	5
Horas	125.0
Periodo	ANUAL
Idiomas en que se imparte	CASTELLANO

PRESENTACIÓN Y CONTEXTUALIZACIÓN

La actividad emprendedora tiene un impacto reconocido sobre el crecimiento económico, la innovación y el empleo (Acs, Audretsch, Braunerhjelm y Carlsson, 2012; Carree y Thurik, 2010), por lo que desde diversas instituciones se intenta fomentar el emprendimiento con diferentes medidas legislativas (por ejemplo, en España la “Ley 14/2013, de 27 de septiembre, de apoyo a los emprendedores y su internacionalización” o en la UE el “Plan de acción emprendimiento 2020”). Dichas medidas contemplan el fomento de la cultura del emprendimiento en las enseñanzas primaria, secundaria y universitaria, así como la formación del profesorado en esta materia. Esto es particularmente relevante en España, donde la mayoría del tejido empres está constituido por pequeñas y medianas empresas (PYMEs) y autónomos (Subdirección General de Apoyo a la PYME, 2014), y las tasas de desempleo (25.6%) y desempleo juvenil (53.6%) se sitúan entre las más altas de Europa (EUROSTAT, 2014).

Emprender no es un hecho puntual, sino que se considera un proceso compuesto por diferentes etapas: antes del lanzamiento de la nueva empresa (fase pre-lanzamiento), el período de lanzamiento de la nueva empresa (fase de lanzamiento) y el desarrollo posterior de la empresa (fase de post-lanzamiento). Dentro del estudio de la conducta emprendedora, la intención emprendedora (fase pre-lanzamiento) es el antecedente más estudiado de la creación de empresas (Krueger, 2009; Liñán, Nabi y Krueger, 2013; Moriano, Gorgievski, Laguna, Stephan y Zarafshani, 2012). Se ha constatado que la intención resulta ser el mejor predictor de cualquier tipo de conducta planificada, particularmente cuando esta conducta resulta poco común, difícil de observar, y/o implica imprevisibles retrasos (Krueger et al., 2000). Crear una empresa conlleva una serie de requisitos que hacen que pueda considerarse un tipo de conducta planificada donde los modelos de intenciones resultan adecuados en el ámbito de la investigación.



REQUISITOS Y/O RECOMENDACIONES PARA CURSAR ESTA ASIGNATURA

La formación otorgada en la licenciatura o el grado de Psicología es suficiente para abordar este curso. En concreto la formación en Psicología Social, Psicología de los Grupos, Psicología de las Organizaciones y Metodología capacitan para la comprensión de los contenidos impartidos.

El estudio continuo de esta asignatura es una recomendación del equipo docente. La participación en los foros virtuales, la lectura del material y seguir el plan de trabajo en los tiempos recomendados por el equipo docente podrían conseguir que el estudiante alcance los objetivos de la asignatura.

Sería recomendable que los estudiantes cuenten con acceso a Internet y correo electrónico para el seguimiento de los foros y las actividades propuestas por el equipo docente. Así como conocimiento a nivel usuario de programas informáticos como Word, Excel, PowerPoint, y algún paquete estadístico como el SPSS. Por último, sería necesario que los estudiantes sean capaces de leer en inglés, ya que alguno de los materiales de la asignatura será en este idioma.

EQUIPO DOCENTE

Nombre y Apellidos
Correo Electrónico
Teléfono
Facultad
Departamento

JUAN ANTONIO MORIANO LEON
jamoriano@psi.uned.es
91398-8251
FACULTAD DE PSICOLOGÍA
PSICOLOGÍA SOCIAL Y DE LAS ORGANIZACIONE

HORARIO DE ATENCIÓN AL ESTUDIANTE

El horario de atención a los estudiantes es: Miércoles de 10:00 a 16:00 horas.

Juan Antonio Moriano León
Facultad de Psicología de la UNED.
Despacho 1.53
E-mail: jamoriano@psi.uned.es
Teléfono:91 398 8251

COMPETENCIAS QUE ADQUIERE EL ESTUDIANTE



RESULTADOS DE APRENDIZAJE

El objetivo general de esta asignatura es conocer las propuestas más recientes de la Psicología del Emprendedor y ser capaz de investigar de forma adecuada en este campo. Para lo cual:

1. Se proporciona material de estudio sobre las diferentes teorías y modelos sobre la conducta emprendedora y, más en particular, el estudio de la intención emprendedora desde la Teoría de la Acción Planificada (Ajzen, 1991).
2. Se analizan investigaciones recientes en el campo de la Psicología del Emprendedor.
3. Se describen herramientas y técnicas para medir adecuadamente la conducta emprendedora.
4. Se realizará un diseño de investigación y un estudio piloto empírico, utilizando varios cuestionarios con los que recoger información de diversos aspectos relacionados con la conducta emprendedora.

CONTENIDOS

METODOLOGÍA

El estudio de la asignatura se hará a partir de los textos básicos, los artículos publicados en la Web de la asignatura y la bibliografía complementaria. No obstante, la modalidad a distancia no significa que el estudiante se enfrenta a la tarea en soledad. La plataforma virtual es una estrategia básica para que el estudiante participe en ella exponiendo sus dudas y resolviendo los problemas propuestos por el equipo docente.

Plan de trabajo.

1. Lectura y estudio de los textos básicos.
2. Debate y participación en los foros.
3. Realización y entrega de las tareas a lo largo del curso.
4. Diseño de una investigación.
5. Realización de un estudio empírico piloto.



SISTEMA DE EVALUACIÓN

BIBLIOGRAFÍA BÁSICA

ISBN(13):9788436254938

Título:PSYCHOLOGY OF ENTREPRENEURSHIP. RESEARCH AND EDUCATION

Autor/es:Gorgievski, Marjjan ; Moriano León, Juan Antonio ;

Editorial:U.N.E.D.

El estudio de la asignatura requiere consultar artículos científicos e informes sobre las diferentes variables psicosociales que se relacionan con la creación y gestión de una nueva empresa. Algunos de estos artículos son los siguientes:

Fayolle, A., Liñán, F., & Moriano, J. A. (2014). Beyond entrepreneurial intentions: values and motivations in entrepreneurship. *International Entrepreneurship and Management Journal*, 10(4), 679-689.

Gorgievski, M., Moriano, J.A., & Bakker, A. (2014). Relating work engagement and workaholism to entrepreneurial performance. *Journal of Managerial Psychology*, 29(2), 106-121.

Moriano, J. A., Gorgievski, M., Laguna, M., Stephan, U. y Zarafshani, K. (2012). A Cross-Cultural Approach to Understanding Entrepreneurial Intention. *Journal of Career Development*, 39(2), 162-185 doi:10.1177/0894845310384481.

Moriano, J. A., Topa, G. Molero, F., Entenza, A.M. y Lévy, J.P. (2012). Autoeficacia para el Liderazgo Emprendedor. Adaptación y Validación de la Escala CESE en España. *Anales de Psicología*, 28. 171-179

Moriano, J. A., Molero, F., Topa, G., y Lévy, J.P. (2011). The influence of transformational leadership and organizational identification on intrapreneurship. *International Entrepreneurship and Management Journal*. doi: 10.1007/s11365-011-0196-x

Moriano, J. A., Topa, G., Valero, E. y Lévy, J.P. (2009). Identificación Organizacional y Conducta "Intraemprendedora". *Anales de Psicología*, 25 (2), 277-287.

Moriano, J. A., Palací, F. J. y Morales, J. F. (2006). Adaptación y validación en España de la escala de Autoeficacia Emprendedora. *Revista de Psicología Social*, 21(1), 75-100.

Moriano, J. A., Palací, F. J. y Morales, J. F. (2006). El perfil psicosocial del emprendedor universitario. *Revista de psicología del trabajo y de las organizaciones* 22(1), 75-100.



BIBLIOGRAFÍA COMPLEMENTARIA

Liñan, F. y Chen, Y.W. (2009). Development and Cross-Cultural Application of a Specific Instrument to Measure Entrepreneurial Intentions. *Entrepreneurship Theory and Practice*, **33(3)**, Pages 593 - 617

Moriano, J.A., Topa, G., Valero, E. & Lévy, J.P (2009). Identificación organizacional y conducta intraemprendedora. [Organizational Identification and Intrapreneurial Behaviour]. *Anales de Psicología*, 25, 277-287.

Guzmán, J., y Liñán, F. (2005a). Evolución de la educación empres en Estados Unidos y Europa: su papel como instrumento de desarrollo. *Revista de Economía Mundial*, 12, 149-171.

RECURSOS DE APOYO Y WEBGRAFÍA

Programas Televisión

- “Nuevos mercados de trabajo” emitido por la 2 de TVE de 9:00-9:30 h., el 8 de febrero de 2004.

Programas de Radio

- "La conducta emprendedora en la organización" en RNE, 17 de febrero de 2007.
- “Autoempleo” emitido en el “Informativo Universitario. COIE” de RNE, el 13 de febrero de 2005
- “Inserción y desarrollo profesional en el nuevo mercado laboral” emitido en el espacio “Ponte al día” de RNE, el 28 de febrero de 2004.

Teleactos UNED

- Simposio: “Entrepreneurship and Family Business:”. Día: 26/7/2007. Hora: 10:00. Duración: 210 min.
- Simposio: “Entrepreneurship is Spain:”. Día: 19/7/2007. Hora: 17:00. Duración: 101 min.
- Simposio: “Entrepreneurship and Family Business:”. Día: 16/7/2007. Hora: 10:00. Duración: 185 min.

IGUALDAD DE GÉNERO



En coherencia con el valor asumido de la igualdad de género, todas las denominaciones que en esta Guía hacen referencia a órganos de gobierno unipersonales, de representación, o miembros de la comunidad universitaria y se efectúan en género masculino, cuando no hayan sido sustituido por términos genéricos, se entenderán hechas indistintamente en género femenino o masculino, según el sexo del titular que los desempeñe.

