

23-24

MÁSTER UNIVERSITARIO EN
INVESTIGACIÓN EN PSICOLOGÍA (PLAN
2016)

GUÍA DE ESTUDIO PÚBLICA



PSICOLOGÍA DEL EMPRENDEDOR

CÓDIGO 22202525

UNED

23-24

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 | 2023/2024 |
| Título en que se imparte | MÁSTER UNIVERSITARIO EN INVESTIGACIÓN EN PSICOLOGÍA (PLAN 2016) |
| 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, 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 empresarial está constituido por pequeñas y medianas empresas (PYMEs) y autónomos (DGPYME, Ministerio de Industria, Energía y Turismo), y las tasas de desempleo y desempleo juvenil se sitúan entre las más altas de Europa (EUROSTAT, 2023).

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 (Liñán y Fayolle, 2015; Moriano et al., 2012; Schlaegel y Koenig, 2014). 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.

La asignatura “Psicología del Emprendedor” se incluye dentro del Máster en Investigación en Psicología en el itinerario de Psicología del Trabajo y las Organizaciones cuyo objetivo es formar a los alumnos en el ámbito de la investigación dentro del campo de la Psicología de las Organizaciones. Esta asignatura tiene principalmente vínculos con las siguientes asignaturas: Perspectivas actuales en psicología de las organizaciones, Perspectiva psicosocial del liderazgo en las organizaciones, Desarrollo de carrera y género, y Calidad de vida laboral.

REQUISITOS Y/O RECOMENDACIONES PARA CURSAR ESTA ASIGNATURA

La formación otorgada en la licenciatura o el grado en Psicología es suficiente para abordar esta asignatura. 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 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 | JUAN ANTONIO MORIANO LEON (Coordinador de asignatura) |
| Correo Electrónico | jamoriano@psi.uned.es |
| Teléfono | 91398-8251 |
| Facultad | FACULTAD DE PSICOLOGÍA |
| Departamento | PSICOLOGÍA SOCIAL Y DE LAS ORGANIZACIONES |

| | |
|--------------------|---|
| Nombre y Apellidos | ANA LAGUIA GONZALEZ |
| Correo Electrónico | aglaguia@psi.uned.es |
| Teléfono | 91398-6287 |
| Facultad | FACULTAD DE PSICOLOGÍA |
| Departamento | PSICOLOGÍA SOCIAL Y DE LAS ORGANIZACIONES |

HORARIO DE ATENCIÓN AL ESTUDIANTE

El horario de atención a los estudiantes es:

Dr. Juan Antonio Moriano León

Miércoles de 10:00 a 14:00 horas
Facultad de Psicología de la UNED.
Despacho 1.53
Correo electrónico: jamoriano@psi.uned.es
Teléfono: 91 398 8251

Dra. Ana Laguía González

Martes de 10:00 a 14:00 horas
Facultad de Psicología de la UNED.
Despacho 1.19

Correo electrónico: aglaguia@psi.uned.es

Teléfono: 91 398 6287

COMPETENCIAS QUE ADQUIERE EL ESTUDIANTE

COMPETENCIAS GENERALES

CGT1 - Desarrollar el razonamiento crítico y la capacidad para realizar análisis y síntesis de la información disponible.

CGT2 - Tomar conciencia de la importancia de la adquisición del conocimiento científico a la luz de la teoría de la ciencia actual, así como de la diversidad metodológica.

CGT3 - Saber identificar las necesidades y demandas de los contextos en los que se exige la aplicación de herramientas metodológicas y aprender a proponer las soluciones apropiadas.

CGT4 - Preparar los datos para el análisis (desenvolverse en la relación entre bases de datos y análisis estadístico).

CGT8 - Obtener información de forma efectiva a partir de libros, revistas especializadas y otras fuentes.

COMPETENCIAS ESPECÍFICAS

CE1 - Conocer los principales modelos teóricos que subyacen en los diversos ámbitos específicos de investigación.

CE2 - Conocer los principales métodos y técnicas de investigación específicas y sus aportaciones en contextos científicos particulares.

CE3 - Llegar a ser capaz de trasladar los conocimientos adquiridos en la investigación a contextos profesionales.

CE4 - Desarrollar habilidades para evaluar la investigación proyectada por otros profesionales.

CE5 - Llegar a ser capaz de diseñar investigaciones propias en el ámbito del itinerario correspondiente.

CE6 - Saber realizar una investigación válida y fiable en el ámbito de la línea de investigación.

CE7 - Saber interpretar los resultados obtenidos en la investigación.

RESULTADOS DE APRENDIZAJE

El objetivo general de esta asignatura es conocer las propuestas más recientes de la Psicología del Emprendimiento 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 (TAP; Ajzen, 1991).

2. Se analizan investigaciones recientes en el campo de la Psicología del Emprendimiento.
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

Bloque 1. La creación de empresas y las personas emprendedoras

- Una perspectiva internacional sobre la creación de empresas.
- Emprender en Europa.
- El espíritu empresarial en España.
- El concepto de emprendedor.
- El proceso emprendedor (*entrepreneurship*).
- El emprendedor frente a otros roles profesionales.
- Barreras para la creación de una nueva empresa.
- Tipos de empresas y tipos de emprendedores.

Bloque 2. El desarrollo de la intención emprendedora

- Antecedentes de la intención emprendedora.
- Modelos de intención emprendedora.
- Estudios empíricos sobre la intención emprendedora.
- Actividades y programas para el desarrollo de la intención emprendedora.

Bloque 3. El perfil de la persona emprendedora

- La motivación del emprendedor.
- Los rasgos de personalidad del emprendedor.
- Las competencias del emprendedor

Bloque 4. Emprender dentro de la organización (intrapreneurship)

- La actividad emprendedora corporativa.
- Niveles de actividad emprendedora dentro de la organización.
- Factores organizacionales que influyen en la conducta emprendedora.
- Innovación, Iniciativa y capacidad de asumir riesgos.

Bloque 5. Cultura y actividad emprendedora.

- Análisis del nuevo mercado de trabajo.
- Ventajas y desventajas del autoempleo.
- Mitos y estereotipos sobre la creación de empresas.
- Valores individualistas y colectivistas.
- Normas sociales que influyen en la creación de nuevas empresas.

METODOLOGÍA

El estudio de la asignatura se hará a partir de los textos básicos, los artículos publicados en el curso virtual 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

TIPO DE PRIMERA PRUEBA PRESENCIAL

Tipo de examen No hay prueba presencial

TIPO DE SEGUNDA PRUEBA PRESENCIAL

Tipo de examen² No hay prueba presencial

CARACTERÍSTICAS DE LA PRUEBA PRESENCIAL Y/O LOS TRABAJOS

Requiere Presencialidad No

Descripción

Evaluación de conocimientos a través de un trabajo teórico (50% de la nota).

Evaluación de las habilidades y competencias para diseñar una investigación y realizar un estudio piloto (50% de la nota).

Criterios de evaluación

Ponderación de la prueba presencial y/o los trabajos en la nota final

Fecha aproximada de entrega

Comentarios y observaciones

PRUEBAS DE EVALUACIÓN CONTINUA (PEC)

¿Hay PEC? Si,PEC no presencial

Descripción

Trabajo de revisión teórica

Criterios de evaluación

Se deberán contestar correctamente a una serie de preguntas sobre la literatura proporcionada por el equipo docente a través del curso virtual

Ponderación de la PEC en la nota final 50% de la calificación en la asignatura

Fecha aproximada de entrega

Comentarios y observaciones

OTRAS ACTIVIDADES EVALUABLES

¿Hay otra/s actividad/es evaluable/s? Si,no presencial

Descripción

Informe de investigación

Criterios de evaluación

Realizar un pequeño estudio empírico y su respectivo informe de investigación

Ponderación en la nota final 50% de la calificación

Fecha aproximada de entrega

Comentarios y observaciones

¿CÓMO SE OBTIENE LA NOTA FINAL?

Evaluación de conocimientos a través de un trabajo teórico (50% de la nota).

Evaluación de las habilidades y competencias para diseñar una investigación y realizar un estudio piloto (50% de la nota).

BIBLIOGRAFÍA BÁSICA

ISBN(13):9788436254938

Título:PSYCHOLOGY OF ENTREPRENEURSHIP. RESEARCH AND EDUCATION

Autor/es:Gorgievski, Marjian ; 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:

Laguía, A. y Moriano, J. A. (2021). Perceived representation of entrepreneurship in the mass media and entrepreneurial intention. *International Entrepreneurship and Management Journal* , 17, 401–421. <https://doi.org/10.1007/s11365-019-00609-1>

Laguía, A., García-Ael, C., Wach, D. y Moriano, J. A. (2019). “Think entrepreneur-think male”: A task and relationship scale to measure gender stereotypes in entrepreneurship.

International Entrepreneurship and Management Journal, 15(3), 749–772.

<https://doi.org/10.1007/s11365-018-0553-0>

Fayolle, A., Liñán, F. y 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. y 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. <https://doi.org/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*, 10, 103–119. <https://doi.org/10.1007/s11365-011-0196-x>

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

Liñán, 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), 593–617.

Moriano, J. A., Topa, G., Valero, E. y Lévy, J. P. (2009). Identificación organizacional y conducta “intraemprendedora”. *Anales de Psicología*, 25(2), 277–287.

Guzmán, J. y Liñán, F. (2005). 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 de Radio

- “Planificando la última etapa de la carrera profesional: empleo puente, emprendimiento senior y jubilación” (17/01/2019). Disponible en internet en:
<https://canal.uned.es/video/5c407519b1111f9d308b4567>
- “Intraemprendimiento: la génesis del cambio y la innovación en las organizaciones” (12/04/2018). Disponible en internet en:
<https://canal.uned.es/video/5acb3ec8b1111f9f3a8b456d>
- “Emprendimiento, creatividad e innovación” (15/01/2015). Disponible en internet en:
<https://canal.uned.es/mmobj/index/id/23646>
- "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

- "Emprender no es solo para jóvenes". Día: 17/11/2017. Disponible en:
<https://canal.uned.es/video/5a6fa03eb1111fbc648b457a>
- Simposio: “Entrepreneurship and Family Business”. Día: 26/7/2007. Duración: 210 min.
- Simposio: “Entrepreneurship is Spain”. Día: 19/7/2007. Duración: 101 min.
- Simposio: “Entrepreneurship and Family Business”. Día: 16/7/2007. 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 se hayan sustituido por términos genéricos, se entenderán hechas indistintamente en género femenino o masculino, según el sexo del titular que los desempeñe.