



Programa de CREACION DE EMPRESAS

GRADO DE FINANZAS Y CONTABILIDAD

**C.A.O. 2013-2014
Universidad de Granada**

MÓDULO	MATERIA	CURSO	SEMESTRE	CRÉDITOS	TIPO
PROYECCIÓN PROFESIONAL	CREACIÓN DE EMPRESAS	4º	7º	6	Obligatoria
PROFESOR(ES)			DIRECCIÓN COMPLETA DE CONTACTO PARA TUTORÍAS (Dirección postal, teléfono, correo electrónico, etc.)		
Lázaro Rodríguez Ariza Ramiro Pérez de la Blanca Capilla Carlos Martín Oviedo María Victoria López Pérez Esteban Romero Frías			FACULTAD DE CIENCIAS ECONÓMICAS Y EMPRESARIALES Tfno: 958244268, 958243707 Campus Universitario de Cartuja GRANADA		
			HORARIO DE TUTORÍAS		
			Publicadas por el Departamento		
GRADO EN EL QUE SE IMPARTE			OTROS GRADOS A LOS QUE SE PODRÍA OFERTAR		
Grado en Finanzas y Contabilidad			Grado en Administración y Dirección de Empresas Grado en Turismo Grado en Relaciones Laborales Grado en Economía Grado en Marketing e Investigación de Mercados Ingenierías		
BREVE DESCRIPCIÓN DE CONTENIDOS (SEGÚN MEMORIA DE VERIFICACIÓN DEL GRADO)					
<ul style="list-style-type: none"> - Organización del proceso de creación de empresas y factores condicionantes. - La figura del emprendedor. - Gestión responsable y creatividad en la organización de la actividad empresarial. - Los programas de apoyo al emprendimiento. - Elaboración del Plan de Empresa y análisis de viabilidad. - Constitución y puesta en marcha del proyecto empresarial 					



COMPETENCIAS GENERALES Y ESPECÍFICAS

Generales

- Capacidad de análisis y síntesis
- Capacidad de organización y planificación
- Adquirir habilidades y dominar herramientas informáticas aplicadas al ámbito de estudio
- Capacidad para la resolución de problemas
- Habilidad para analizar y buscar información proveniente de fuentes diversas aplicables al ámbito de estudio.
- Comunicación oral y escrita en español
- Capacidad para tomar decisiones
- Capacidad para trabajar en equipo
- Capacidad para gestionar la información
- Capacidad de crítica y autocrítica
- Capacidad para adquirir un compromiso ético en el trabajo
- Capacidad para aplicar los conocimientos a la práctica.
- Capacidad de aprendizaje y trabajo autónomo
- Capacidad de adaptación a nuevas situaciones o situaciones cambiantes
- Creatividad o habilidad para generar nuevas ideas
- Capacidad de liderazgo
- Iniciativa y espíritu emprendedor

Específicas

- Comprender los procesos de aparición, innovación y desarrollo de la empresa y fomento del espíritu emprendedor.

OBJETIVOS (EXPRESADOS COMO RESULTADOS ESPERABLES DE LA ENSEÑANZA)

- Comprender los procesos de aparición, innovación y desarrollo de la empresa y fomento del espíritu emprendedor, así como de la ética empresarial.
- Conocer de forma práctica los procesos de creación de empresa.
- Conocer y comprender las particularidades de la gestión emprendedora

TEMARIO DETALLADO DE LA ASIGNATURA

TEMA 1: EL EMPRENDEDOR.

- 1.1. Importancia del fenómeno emprendedor
- 1.2. Concepto, cualidades y perfil del emprendedor
- 1.3. El proceso emprendedor
- 1.4. Ámbitos de emprendimiento



HISRICH, R. D.; PETERS, M. P. Y SHEPHERD, D. A.: Entrepreneurship. Mcgraw-Hill. (capítulos 2 y 3)
Informe GEM España 2012. Centro Internacional de Apoyo al Emprendimiento.

TEMA 2: CREATIVIDAD Y LA IDEA DE NEGOCIO

- 4.1. La idea de negocio: fuentes y métodos
- 4.2. Herramientas de creatividad
- 4.3. Reconocimiento de oportunidades de negocio
- 4.4. El producto - servicio.

HISRICH, R. D.; PETERS, M. P. Y SHEPHERD, D. A.: Entrepreneurship. Mcgraw-Hill. (capítulo 4)

TEMA 3: EL PLAN DE EMPRESA

- 3.1. ¿Qué es?
- 3.2. ¿Para qué sirve un plan de empresa?
- 3.3. ¿Qué características debe tener un buen plan de empresa?
- 3.4. ¿Qué estructura debe tener?

HISRICH, R. D.; PETERS, M. P. Y SHEPHERD, D. A.: Entrepreneurship. Mcgraw-Hill. (capítulo 5)

TEMA 4. EL PLAN DE MARKETING

- 4.1. Análisis sectorial
- 4.2. Investigación del mercado para el nuevo negocio
- 4.3. Concepto y características de un plan de marketing
- 4.4. Etapas en la preparación de un plan de marketing

HISRICH, R. D.; PETERS, M. P. Y SHEPHERD, D. A.: Entrepreneurship. Mcgraw-Hill. (capítulo 6)

TEMA 5: ESTRATEGIAS DE NEGOCIO

- 5.1. Objetivos del negocio
- 5.2. Análisis estratégico
- 5.3. Modelos de negocios
- 5.4. Networking y emprendimiento 2.0

HISRICH, R. D.; PETERS, M. P. Y SHEPHERD, D. A.: Entrepreneurship. Mcgraw-Hill. (capítulos 11 y 14)
Pendiente un segundo para la primera parte y final

TEMA 6. EL PLAN DE PRODUCCIÓN

- 6.1. La función de producción y las decisiones asociadas
- 6.2. Política de aprovisionamiento.
- 6.3. Procesos de producción y tecnologías empleadas.
- 6.4. Almacenamiento y distribución.

Pendiente

TEMA 7: PLAN ORGANIZATIVO Y DE RECURSOS HUMANOS

- 7.1. El equipo promotor y el directivo



- 7.2. La estructura organizativa
- 7.3. Planificación y diseño de puestos de trabajo
- 7.4. Principales decisiones en torno al personal de la empresa: reclutamiento, selección, contratación y socialización de los recursos humanos.

Pendiente

TEMA 8: PLAN DE INVERSIÓN-FINANCIACIÓN

- 8.1. Plan de inversión y financiación
- 8.2. Previsión de ingresos y gastos
- 8.3.. Previsión de tesorería
- 8.4. Estados contables previsionales

MUÑIZ, L. (2010), Planes de negocio y estudios de viabilidad: software con casos prácticos y herramientas para elaborar DAFO y evaluar un plan de viabilidad.

TEMA 9: PASOS PARA CONSTITUIR LA EMPRESA

- 9.1. Elección de la forma jurídica
- 9.2. Constitución/puesta en marcha de una Sociedad mercantil
- 9.3. Puesta en marcha de un trabajador por cuenta propia o Autónomo.
- 9.4. Obligaciones tributarias y contables

Todolí Cervera, Ferrán (2008). Creación de empresas paso a paso. Editorial Ciss, Madrid Ciss.

Centro de Información y Creación de Empresas (CIRCE). Dirección General de la Industria y mediana empresa. Ministerio de Industria, Energía y Turismo <http://portal.circe.es/es-ES/Paginas/Home.aspx>

TEMA 10: MEDIDAS DE APOYO A LA CREACIÓN DE EMPRESAS Y LOS EMPRENDEDORES

- 10.1. Organismos promotores de la creación de empresas
- 10.2. Tipos de subvención/incentivos
- 10.3. Recursos financieros de los emprendedores
- 10.4. Trámites

TEMA 11: ÉTICA Y RESPONSABILIDAD SOCIAL CORPORATIVA

- 11.1. Ética y responsabilidad social corporativa (RSC)
- 11.2. Las tres áreas principales: económica, social y medioambiental
- 11.3. Grupos de interés o stakeholders
- 11.4. Inversión Socialmente Responsable (ISR)

TAMAYO TORRES, I. et al: Guía del Emprendedor Socialmente Responsable. Los autores. 2009.



BIBLIOGRAFÍA

Básica:

- HISRICH, R.D.; PETERS, M.P. (1998): Entrepreneurship. 4th Edition. McGraw-Hill. Boston.
- GÓMEZ GRAS, JOSÉ MARÍA ET AL (2012). Manual de casos sobre creación de empresas en España; Madrid McGraw-Hill, 2011
- TODOLÍ CERVERA, FERRÁN (2008). Creación de empresas paso a paso. Madrid Ciss.
- MUÑIZ, L. (2010), Planes de negocio y estudios de viabilidad: software con casos prácticos y herramientas para elaborar DAFO y evaluar un plan de viabilidad.

Complementaria:

- BARRINGER, B. E IRELAND, D. (2008): Entrepreneurship: Successfully Launching New Ventures. 2ª Edición. Prentice Hall.
- CASILLAS, T. Y MARTÍ, J.M. (2006): Guía para la creación de empresas. 3ª ed. Fundación EOI, Madrid.
- DE LA PEÑA, A.: Proyecto Empresarial. Thomson.
- FERNÁNDEZ GAGO, ROBERTO (2005): Administración de la Responsabilidad Social Corporativa. Paraninfo Thomson Learning.
- GIL ESTALLO, MARÍA DE LOS ÁNGELES (2003). Cómo crear y hacer funcionar una empresa conceptos e instrumentos;; Madrid ESIC 2003
- GÓMEZ GRAS, J.M.; GALIANA LAPERA, D., MIRA SOLVES, I.; LEÓN SPÍ, D. (2002): Manual para la Creación de Empresas por Universitarios. Universidad Miguel Hernández de Elche.
- GONZÁLEZ, F. J.: Creación de empresas: PIRÁMIDE.
- HERNÁNDEZ MOGOLLÓN, R;. et al.: Creación de Empresas. Aproximación al Estado del Arte. Ed. Juruá. 2009.
- JOHNSON y SCHOLE: Dirección estratégica. Sexta edición.
- KOTLER, P.: Dirección de Marketing. Prentice Hall, 2000.
- NAVARRO GARCÍA, FERNANDO (2008): Responsabilidad Social Corporativa: Teoría y Práctica. Esic Editorial.
- OLCESE SANTONJA, ALDO (2008): Manual de la Empresa Responsable y Sostenible. Mcgraw-Hill / Interamericana de España, S.A. Madrid.
- PALEPU, HEALY y BERNARD: Análisis y Evaluación de los negocios. Segunda edición. Thomson.
- ROJAS GRAELL, J. Y BERTRAN CODINA, S. (2010), El plan de viabilidad: guía práctica para su elaboración y negociación
- TAMAYO TORRES, I. et al: Guía del Emprendedor Socialmente Responsable. Los autores. 2009.



- THOMPSON, A.A. y STRICKLAND, A.J.: Dirección y administración estratégica. Addison.

ENLACES RECOMENDADOS

<http://portal.circe.es/es-ES/queescirce/Paginas/QueEsCirce.aspx>

GEM Global Entrepreneurship Monitor: <http://www.gemconsortium.org/>

METODOLOGÍA DOCENTE

Las actividades formativas se desarrollarán desde una metodología participativa y aplicada que se centra en el trabajo del estudiante (presencial y no presencial/individual y grupal). De entre las actividades formativas diseñadas para el Grado y encargadas de organizar los procesos de enseñanza y aprendizaje (lección magistral, actividades prácticas, seminarios o talleres, actividades individuales/grupales y las tutorías académicas), la materia desarrollará aquellas actividades que más se adecúen a los contenidos y competencias a adquirir por el alumnado.

En concreto, la metodología docente a seguir en la materia constará, de forma aproximada, de:

- Un 30% de docencia presencial en el aula (45 h.).
- Un 60% de estudio individualizado del alumno, búsqueda, consulta y tratamiento de información, resolución de problemas y casos prácticos, y realización de trabajos y exposiciones (90h.).
- Un 10% para tutorías individuales y/o colectivas y evaluación (15h).

La docencia presencial teórica consistirá en la presentación en el aula de los conceptos y contenidos fundamentales propuestos en el programa. Las actividades prácticas en clase podrían consistir en la resolución de problemas y casos prácticos, así como en la realización de lecturas, exposiciones y debates.

En los trabajos dirigidos, a través de tutorías individualizadas y/o en grupo, el profesor hará un seguimiento del alumno para que asimile correctamente los contenidos y adquiera las competencias de la materia.

EVALUACIÓN (INSTRUMENTOS DE EVALUACIÓN, CRITERIOS DE EVALUACIÓN Y PORCENTAJE SOBRE LA CALIFICACIÓN FINAL, ETC.)

De acuerdo a la **NORMATIVA DE EVALUACIÓN Y DE CALIFICACIÓN DE LOS ESTUDIANTES DE LA UNIVERSIDAD DE GRANADA**, aprobada por Consejo de Gobierno en su sesión extraordinaria de 20 de mayo de 2013, con objeto de evaluar la adquisición de los contenidos y competencias a desarrollar en la materia, se utilizará un sistema de evaluación preferentemente continuo y diversificado, seleccionando las técnicas más adecuadas para la asignatura en cada momento, que permitan poner de manifiesto los diferentes conocimientos y capacidades adquiridos por el



alumnado al cursar la asignatura. De entre las técnicas evaluativas se utilizarán para evaluar la convocatoria ordinaria:

- Presentación y defensa de un proyecto de empresa en grupo (60%). El proyecto será evaluado con hasta 10 puntos.
- Actividades prácticas con presentaciones orales en clase individuales o en grupo (40%): casos/supuestos prácticos sobre contenidos de la asignatura y tareas para el desarrollo de competencias concretas. Cada actividad se puntuará con hasta 10 puntos. En cada una de ellas se indicará si además del resultado presentado, se tendrá en cuenta la exposición o cualquier otro aspecto particular de la actividad, y con que peso. La nota de las actividades prácticas se corresponderá con la media ponderada del total de actividades realizadas.
- La asistencia es obligatoria. La entrega de actividades lleva aparejada la asistencia del alumno. En otro caso, dicha actividad no será evaluada.

La nota final corresponderá a la media ponderada de la puntuación obtenida en el proyecto de empresa y en las actividades prácticas.

No obstante, de forma alternativa, se contempla la realización de una evaluación única final a la que podrán acogerse aquellos estudiantes que no puedan cumplir con el método de evaluación continua por motivos laborales, estado de salud, discapacidad o cualquier otra causa debidamente justificada que les impida seguir el régimen de evaluación continua. En este caso se realizará una prueba escrita que podrá consistir en: exámenes de ensayo, pruebas objetivas, resolución de problemas, casos o supuestos, pruebas de respuesta breve, informes o similares.

Para acogerse a la evaluación única final, el estudiante, en las dos primeras semanas de impartición de la asignatura, lo solicitará al Director del Departamento, quien dará traslado al profesorado correspondiente, alegando y acreditando las razones que le asisten para no poder seguir el sistema de evaluación continua. Transcurridos diez días sin que el estudiante haya recibido respuesta expresa y por escrito del Director del Departamento, se entenderá que ésta ha sido desestimada. En caso de denegación, el estudiante podrá interponer, en el plazo de un mes, recurso de alzada ante el Rector, quién podrá delegar en el Decano o Director del Centro, agotando la vía administrativa.

El sistema de calificaciones se expresará mediante calificación numérica de acuerdo con lo establecido en el art. 5 del R.D. 1125/2003, de 5 de septiembre, por el que se establece el sistema europeo de créditos y el sistema de calificaciones de las titulaciones universitarias de carácter oficial y validez en el territorio nacional.

