

MÓDULO	MATERIA	CURSO	SEMESTRE	CRÉDITOS	TIPO
	CREACIÓN DE EMPRESAS	Cuarto	Primero	6	Obligatoria
PROFESORES*			DIRECCIÓN COMPLETA DE CONTACTO PARA TUTORÍAS (Dirección postal, teléfono, correo electrónico, etc.)		
Joaquín Arana Torres			Facultad de Ciencias Sociales Campus Universitario de Melilla 952 67 87 12 Despacho 209 jarana@ugr.es		
Matilde Ruiz Arroyo			Facultad de Ciencias Sociales Campus Universitario de Melilla Despacho 206 matilderuiz@ugr.es		
			HORARIO DE TUTORÍAS*		
			Consultar en la web del departamento		
GRADO EN EL QUE SE IMPARTE			OTROS GRADOS A LOS QUE SE PODRÍA OFERTAR		
Grado en Administración y Dirección de Empresas			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)					
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.					

* Consulte posible actualización en Acceso Identificado > Aplicaciones > Ordenación Docente.



- 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

Competencias 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. (2013): Entrepreneurship (emprendedores). Curso Creación de Empresas. Mcgraw-Hill Educación. (Capítulos 2 y 3)

Informe GEM España 2012. Centro Internacional de Apoyo al Emprendimiento.

TEMA 2: CREATIVIDAD Y LA IDEA DE NEGOCIO

- 2.1. La idea de negocio: fuentes y métodos



- 2.2. Herramientas de creatividad
- 2.3. Reconocimiento de oportunidades de negocio
- 2.4. El producto - servicio

HISRICH, R. D.; PETERS, M. P. Y SHEPHERD, D. A. (2013): Entrepreneurship (emprendedores). Curso Creación de Empresas. McGraw-Hill Educación. (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. (2013): Entrepreneurship (emprendedores). Curso Creación de Empresas. McGraw-Hill Educación. (Capítulo 5)

TEMA 4: ESTRATEGIAS DE NEGOCIO

- 4.1. Objetivos del negocio y análisis estratégico
- 4.2. Estrategias de negocio. Nuevas entradas y liquidación del negocio
- 4.3. Modelos de negocio
- 4.4. Networking y emprendimiento 2.0

HISRICH, R. D.; PETERS, M. P. Y SHEPHERD, D. A. (2013): Entrepreneurship (emprendedores). Curso Creación de Empresas. McGraw-Hill Educación. (Capítulos 11 y 14)

TEMA 5. EL PLAN DE MARKETING

- 5.1. Análisis sectorial
- 5.2. Investigación del mercado para el nuevo negocio
- 5.3. Concepto y características de un plan de marketing
- 5.4. Etapas en la preparación de un plan de marketing

HISRICH, R. D.; PETERS, M. P. Y SHEPHERD, D. A. (2013): Entrepreneurship (emprendedores). Curso Creación de Empresas. McGraw-Hill Educación. (Capítulo 6)

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.

JIMÉNEZ QUINTERO, J.A. (coord.) (2012): Creación de empresas. Tipología de empresas y viabilidad estratégica. Ed. Pirámide. Madrid. (Capítulo 13)

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.



HISRICH, R. D.; PETERS, M. P. Y SHEPHERD, D. A. (2013): Entrepreneurship (emprendedores). Curso Creación de Empresas. Mcgraw-Hill Educación. (Capítulo 7)
PRIEDE BERGAMINI, T. et al. (2010): Creación y desarrollo de empresas. Ed. Pirámide. Madrid. (Capítulo 9).

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 y viabilidad del proyecto

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. Profit Editorial, Barcelona.

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

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

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 A 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. Principales guías y certificaciones de RSC

FERNÁNDEZ GAGO, R. (2005): Administración de la Responsabilidad Social Corporativa. Paraninfo Thomson Learning.



BIBLIOGRAFÍA

Bibliografía básica:

- HISRICH, R. D.; PETERS, M. P. Y SHEPHERD, D. A. (2013): Entrepreneurship (emprendedores). Curso Creación de Empresas. McGraw-Hill Educación.
- GÓMEZ GRAS, JOSÉ MARÍA ET AL (2012). Manual de casos sobre creación de empresas en España. McGraw-Hill, Madrid.
- JIMÉNEZ QUINTERO, J.A. (coord.) (2012): Creación de empresas. Tipología de empresas y viabilidad estratégica. Ed. Pirámide. Madrid.
- 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. Profit Editorial, Barcelona.
- PRIEDE BERGAMINI, T. et al. (2010): Creación y desarrollo de empresas. Ed. Pirámide. Madrid.
- TODOLÍ CERVERA, FERRÁN (2008). Creación de empresas paso a paso. Ciss, Madrid.
- FERNÁNDEZ GAGO, R. (2005): Administración de la Responsabilidad Social Corporativa. Paraninfo Thomson Learning.

Complementaria:

- ANDERSON, C. (2013). Makers: La nueva revolución industrial (Nuevos Paradigmas). Empresa Activa.
- ASENSIO DEL ARCO, E. y VÁZQUEZ BLÖMER, B. (2008): Cómo crear tu nueva empresa para sobrevivir a la crisis. Ed. Paraninfo. Madrid.
- BARRINGER, B. E IRELAND, D. (2008): Entrepreneurship: Successfully Launching New Ventures. 2ª Edición. Prentice Hall.
- BERMEJO, M. y DE LA VEGA, I. (2010): Crea tu propia empresa. Estrategias para su puesta en marcha y supervivencia. Ed. McGraw Hill. Madrid.
- CASILLAS, T. Y MARTÍ, J.M. (2006): Guía para la creación de empresas. 3ª ed. Fundación EOI, Madrid.
- CELAYA, J. (2011). La Empresa en la Web 2.0. Centro Libros PAPP.
- FERNÁNDEZ GAGO, R. (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
- 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. (2009): Creación de Empresas. Aproximación al Estado del Arte. Ed. Juruá.
- JOHNSON, G. y SCHOLLES, K. (2006): Dirección estratégica. Prentice Hall.
- KOTLER, P. (2000): Dirección de Marketing. Prentice Hall.
- LÓPEZ CAPEL, F. (2008). El poder del Networking. Netbiblo.
- OSTERWALDER, A. y PEIGNER, Y. (2010). Business Model Generation: A Handbook for Visionaries, Game Changers, and Challengers. John Wiley & Sons Ltd.
- POLO, F. y POLO, J.L. (2012). #Socialholic. Gestión 2000.
- ROJAS GRAELL, J. Y BERTRAN CODINA, S. (2010), El plan de viabilidad: guía práctica para su elaboración y negociación. Profit Editorial.
- TAMAYO TORRES, I. et al (2009): Guía del Emprendedor Socialmente Responsable. Edición: los autores.
- THOMPSON, A.A. y STRICKLAND, A.J.(2004): Dirección y administración estratégica. McGraw Hill.



ENLACES RECOMENDADOS

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/queescirce/Paginas/QueEsCirce.aspx>
Global Entrepreneurship Monitor (GEM): <http://www.gemconsortium.org/>
Todo Startups: <http://www.todostartups.com/>
Pulso Social: <http://pulsosocial.com/>
MOOC de emprendimiento: <http://aemprende.unimooc.com/>
Blog del MOOC de emprendimiento: <http://emprendedoresunimooc.blogspot.com.es/>
10 recursos online de oro para emprendedores: <http://emprendedoresunimooc.blogspot.com.es/2013/05/10-recursos-online-de-oro-para.html>
Killer Startups: <http://www.killerstartups.com/>
Loogic: <http://loogic.com/>
Ideas4all (red social para compartir ideas): <http://www.ideas4all.com/>

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.)

Para la evaluación del alumno no se exigirá, como requisito previo, la asistencia obligatoria a un número mínimo de horas de clase teóricas ni de clases prácticas.

CONVOCATORIA ORDINARIA:

La evaluación del alumno se realizará de forma ponderada, tomando en consideración el examen final, los trabajos dirigidos y otras actividades.

La calificación final responde a los siguientes criterios y baremos:



- La asignatura se divide en tres partes, a efectos de evaluación, en primer lugar la realización de un proyecto empresarial que habrá que colgar en la plataforma de la asignatura en la fecha prevista, los exámenes y pruebas elaboradas por la profesora de Organización de Empresas y por último el examen de contenidos prácticos. Cada una de estas partes deben ser superadas por el alumno para obtener el aprobado de la asignatura y cada una de ellas ponderara un tercio sobre la nota final del alumno. No pudiendo superar el alumno sino consigue aprobar cada una de las tres partes objeto de evaluación.

CONVOCATORIAS EXTRAORDINARIAS (SEPTIEMBRE Y DICIEMBRE)

Sólo se tendrá en cuenta la calificación obtenida en el examen teórico-práctico de la asignatura.

En cualquiera de las convocatorias oficiales la calificación final del estudiante será **NO PRESENTADO** cuando no concurra al examen oficial.

Una vez publicadas las calificaciones de las pruebas parciales o finales, se señalará el día y el horario para aquellos alumnos que, no estando conforme con su nota, deseen revisarla.

A efectos de evitar suplantaciones de personalidad, se advierte que todo alumno presente en cualquier tipo de prueba o examen deberá estar provisto necesariamente del respectivo DNI, carnet de conducir o pasaporte oficial, careciendo de valor a tal efecto el carnet del Centro, dada su fácil manipulación.

La calificación final de la asignatura se enviará por correo electrónico a la cuenta de correo institucional de la UGR.

INFORMACIÓN ADICIONAL

En cualquier caso, para aprobar la asignatura será **REQUISITO IMPRENCINDIBLE** Obtener una nota mínima de 5 puntos sobre 10 en cada una de las parte del examen.

INFORMACIÓN ADICIONAL

SWAD de la Asignatura o plataforma MOODLE

