



DATOS IDENTIFICATIVOS

Creación de empresas comerciales

Asignatura	Creación de empresas comerciales			
Código	V06G270V01702			
Titulación	Grado en Comercio			
Descriptores	Creditos ECTS	Selección	Curso	Cuatrimestre
	6	OB	4	1c
Lengua Impartición				
Departamento	Organización de empresas y marketing			
Coordinador/a	González Framil, Juan Francisco			
Profesorado	González Framil, Juan Francisco			
Correo-e	juan.gonzalez@uvigo.es			
Web	http://http://euee.uvigo.es			
Descripción general	En entornos cada vez más globales y competitivos, la figura del emprendedor adquiere un protagonismo capital para el desarrollo económico y social de la sociedad. Con el fin de que el alumno relacione y aplique los conocimientos adquiridos en el Grado el programa tendrá un carácter teórico - práctico, orientado al desarrollo de las actitudes y habilidades de el alumno, basado en el trabajo en equipo. Se formarán equipos de trabajo de 4 o 5 alumnos que desarrollarán un proyecto de creación de empresa. Se trata en definitiva que el alumno sea capaz de transformar ideas en proyectos concretos.			

Competencias

Código	
B1	CG1. Adquirir conocimientos de gestión, de las técnicas instrumentales, así como de los elementos más avanzados e innovadores en el estudio de la actividad comercial para su utilización en el comercio.
B3	CG3. Recopilar, procesar e interpretar información social, económica y jurídica que permitan emitir juicios sobre temas relevantes en el marco del comercio.
B5	CG5. Adquirir habilidades de liderazgo, trabajo autónomo y en equipo, motivación, flexibilidad, así como comportamiento responsable y ético para desenvolverse convenientemente con todos los agentes que operan en la organización y en el entorno.
B6	CG6. Conocer y comprender distintas realidades económicas, jurídicas, sociales y culturales y adquirir una visión global y multicultural con el fin de orientar las estrategias y operaciones hacia mercados tanto nacionales como internacionales
C2	CE2. Conocer las teorías que analizan la intervención del estado en materia económica y sus instrumentos, así como el concepto de estrategia, su tipología y objeto. Saber vincular el objeto y condiciones de los programas de promoción económica con la estrategia y actividades de la organización, así como saber instrumentarlos en apoyo de la estrategia empresarial.
C4	CE4. Conocer los objetivos, funciones y técnicas instrumentales de los diferentes subsistemas de las organizaciones, así como las relaciones existentes entre ellos desde una perspectiva de enfoque de sistemas.
C6	CE6. Saber localizar, seleccionar y analizar la información, documentación y demás instrumentos de orden económico, jurídico y social que intervienen en el comercio interior e internacional, con el fin de orientar el diseño e implantación de la estrategia y la gestión operativa del comercio.
C14	CE14. Comprender y saber analizar el rol socioeconómico del emprendedor y del directivo profesional, así como saber elaborar un plan de negocio.
C26	CE26. Saber emplear las habilidades personales, actitudes y conocimientos adquiridos en el contexto académico mediante la simulación de situaciones reales de la práctica profesional y a través del contacto con la realidad empresarial que proporcionan las prácticas de empresa.
D1	CT1. Habilidades de comunicación oral y escrita, tanto en las lenguas oficiales de su Comunidad como en la lengua extranjera elegida (inglés, francés o alemán).
D7	CT7. Capacidad de escucha activa, comunicación no verbal, persuasión, negociación y presentación.
D8	CT8. Capacidad para liderar y trabajar en equipo.
D12	CT12. Creatividad.

Resultados de aprendizaje	
Resultados previstos en la materia	Resultados de Formación y Aprendizaje
Adquirir conocimientos de gestión, de las técnicas instrumentales, así como de los elementos más avanzados e innovadores en el estudio de la actividad comercial para su utilización en el comercio.	B1
*Recopilar, procesar e interpretar información social, económica y jurídica que permitan emitir *xizos sobre temas relevantes en el marco del comercio.	B3
Adquirir habilidades de *liderato, trabajo autónomo y en equipa, motivación, flexibilidad, así como comportamiento responsable y ético para desarrollarse convenientemente con todos los agentes que operan en la organización y en el *entorno.	B5
Conocer y comprender distintas realidades económicas, jurídicas, sociales y culturales y adquirir una visión global y multicultural con el fin de orientar las estrategias y operaciones *hacia mercados tanto nacionales como internacionales	B6
Habilidades de comunicación oral Y escritura, tanto en las lenguas oficiales de su Comunidad como en la lengua extranjera elegida (inglés, francés o alemán).	D1
Capacidad de escucha activa, comunicación no verbal, persuasión, negociación y presentación.	D7
Capacidad para liderar y trabajar en equipo.	D8
Creatividad.	D12
Conocer las teorías que analizan la intervención del estado en materia económica y sus instrumentos, así como el concepto de estrategia, su tipología y *obxeto. Saber *vencellar el *obxeto y las condiciones de los programas de promoción económica con la estrategia y actividades *dla organización, así como saber *instrumentalos en apoyo de la estrategia empresarial.	C2
Conocer las teorías que analizan la intervención del estado en materia económica y sus instrumentos, así como el concepto de estrategia, su tipología y *obxeto. Saber *vencellar el *obxeto y las condiciones de los programas de promoción económica con la estrategia y actividades *dla organización, así como saber *instrumentalos en apoyo de la estrategia empresarial.	C4
Saber localizar, seleccionar y analizar la información y conocer las variables que intervienen en el comercio interior e internacional, con el fin de orientar el diseño e implantación de la estrategia y la gestión operativa del comercio.	C6
Comprender y saber analizar el rol socioeconómico del emprendedor y del directivo profesional, así como saber elaborar un plan de negocio.	C14
Saber *emplegar las habilidades personales, actitudes y conocimientos adquiridos en el contexto académico mediante la simulación de situaciones reales *dla práctica *profisional y a través del contacto con la realidad empresarial que proporcionan las prácticas de empresa.	C26

Contenidos

Tema

TEMA 1.- Introducción a la Creación de Empresas.Competencias básicas del emprendedor.

TEMA 2. Creatividad y viabilidad de nuevas ideas.

TEMA 3. Generación de Modelos de Negocio.

Método Canvas

TEMA 4.El Plan de Negocio

TEMA 5. Elaboración del Plan de Negocio

TEMA 6. Pasos para constituir la Empresa

TEMA 7. Medidas de Apoyo a la Creación de Empresas y los Emprendedores.Tendencias actuales.

Planificación

	Horas en clase	Horas fuera de clase	Horas totales
Lección magistral	44	0	44
Trabajos de aula	10	20	30
Trabajo tutelado	20	50	70
Presentación	2	2	4
Pruebas de respuesta corta	2	0	2

*Los datos que aparecen en la tabla de planificación son de carácter orientativo, considerando la heterogeneidad de alumnado

Metodologías

Descripción

Lección magistral

Exposición por parte del profesor de los contenidos sobre la materia objeto de estudio, bases teóricas y/o directrices de un trabajo, ejercicio o proyecto a desarrollar por el estudiante.

Trabajos de aula

Exposición por parte del alumnado ante lo docente y/o un grupo de estudiantes de un tema sobre contenidos de la materia o de los resultados de un trabajo, ejercicio, proyecto...

Trabajo tutelado

Realización de actividades que permiten la cooperación de varias materias y enfrentan a los alumnos, trabajando en equipo, a problemas abiertos. Permiten entrenar, entre otras, las capacidades de aprendizaje en cooperación, de liderazgo, de organización, de comunicación y de fortalecimiento de las relaciones personales.

Presentación

Exposición por parte del alumnado ante lo docente y/o un grupo de estudiantes de un tema sobre contenidos de la materia o de los resultados de un trabajo, ejercicio, proyecto... Se puede llevar a cabo de manera individual o en grupo.

Atención personalizada

Metodologías	Descripción
Lección magistral	

Evaluación

	Descripción	Calificación	Resultados de Formación y Aprendizaje		
Trabajos de aula		5	B3		D7 D8
Trabajo tutelado	Trabajo Final en Equipo: informe y exposición.	35		C26	D1
Presentación		10		C26	D1 D7
Pruebas de respuesta corta	Tipo Test	50	B1 B3		D1

Otros comentarios sobre la Evaluación

Se utilizará un sistema de evaluación preferentemente continuo y diversificado, seleccionando las técnicas más adecuadas en cada momento, que permitan poner de manifiesto los diferentes conocimientos y capacidades adquiridos por el alumnado al cursar la asignatura.

Se considera que el alumno sigue la evaluación continua si asiste al menos al 80% de las actividades presenciales y consigue al menos el 30% de los puntos en el test. Se puede renunciar a la evaluación continua solicitándolo por escrito al profesor de la materia, antes de la 3ª semana de docencia o si a lo largo del curso acredita documentalmente y de manera suficiente alguna causa sobrevenida que objetivamente le impida seguir la evaluación continua.

En la modalidad de evaluación continua la calificación final será el resultado de la nota del examen final(50%), trabajo tutelado(35%), trabajos del aula(5%) y presentación del trabajo tutelado(10%).

Será necesario obtener un mínimo de 3 puntos sobre 10 en el examen final para optar a aprobar la materia. En caso contrario la nota final será la obtenida en el examen final. Si se obtiene una calificación mayor o igual a 3 puntos en el examen final, la nota se calcula realizando la media de esta calificación con la nota del resto de las pruebas. Se considera aprobada la asignatura si dicha media es mayor o igual a 5.

No obstante, de forma alternativa, se contempla la realización de una evaluación única final a la que podrán acogerse aquellos alumnos que no puedan cumplir con el método de evaluación continua. En este caso se realizará una prueba escrita que podrá consistir en un examen teórico-práctico que puntuará sobre 10 y que el alumnado preparará en base a la bibliografía recomendada. Se considera aprobada la asignatura si la calificación es igual o mayor a 5.

En la convocatoria de julio y en las extraordinarias la nota final será la obtenida en el examen oficial que se realizará en las fechas fijadas en el calendario de exámenes, examen que en dicho caso se valorará sobre 10 puntos. Se considera aprobada la asignatura si la calificación es igual o mayor que 5.

Siempre que el o la estudiante haya superado la materia según los criterios antes descritos, se sumará a la nota que haya obtenido un máximo de 1 punto por la participación en determinadas actividades externas que tendrán lugar durante el cuatrimestre en el que se imparte la materia, y que el profesor de esta materia considere de interés. Podrá tratarse de actividades organizadas por el centro, universidad, u otras entidades, como visitas a empresas, charlas, talleres, o similares. Para ello, el profesor comunicará previamente al alumnado por los medios habituales aquellas actividades en las que la participación supondrá un incremento de la nota. Se bonificará la participación en cada actividad con 0,25 puntos, y hasta un máximo de 1 punto; en cualquier caso la nota final de la materia no podrá superar el máximo de 10 puntos.

El alumnado deberá aportar algún documento acreditativo de su participación en cada actividad que desee que se contabilice en los plazos indicados por la persona que coordine la materia.

Fuentes de información

Bibliografía Básica

Bibliografía Complementaria

Alexander Osterwalder | Yves Pigneur, **Generación de modelos de negocio**, Deusto,
González, F.J., **Creación de empresas:Guía del emprendedor**, Piramide,
Ribeiro,D. y otros, **Creación de empresas y emprendimiento**, Pearson,
Soler,C., Reig,E., **Pequeñas empresas, grandes ideas**, Pearson,
Kawasaki, G. ,, **El arte de empezar**, www.ilustra.e,
Hisrich, R.D., Peters, M.P. y Shepherd, D.A., **Entrepreneurship**, McGraw-Hill,
Gil Estallo, A. y Giner de la Fuente, F., **Cómo crear y hacer funcionar una empresa. Conceptos e instrumentos**, Esic,
López Vidal, M.P., **Creación de empresas. La necesidad del proyecto de empresa**, S.P. Universidad de Vigo,
López Vidal, M.P., Maqueda Lafuente, F.J. y otros, **Manual orientativo de Creación de Empresas para jóvenes emprendedores**, AJE,
Mateo Dueñas, R. y Sagarra Porta, R., **Creación de empresas. Teoría y práctica**, McGraw-Hill,
Miranda Oliván, A.T., **Cómo elaborar el plan de empresa**, Thomson Paraninfo,
Gomez Gras, J.M., **Manual de casos sobre creación de empresas**, McGraw-Hill,
Martínez García, P., **Business Angels**,

Recomendaciones

Asignaturas que se recomienda cursar simultáneamente

Marketing estratégico/V06G270V01403
Idioma para la comunicación internacional: Inglés/V06G270V01807
Investigación de mercados/V06G270V01802
Sistemas de la información integrados para la gestión/V06G270V01701
Trabajo de Fin de Grado/V06G270V01991

Asignaturas que se recomienda haber cursado previamente

Empresa: Fundamentos de marketing/V06G270V01204
Estrategia empresarial y gestión de ayudas/V06G270V01606
Planificación de recursos de información integrados/V06G270V01503
Presentación e interpretación de la información financiera/V06G270V01601
Habilidades personales, directivas y comerciales/V06G270V01705
Idioma para la comunicación internacional: Inglés/V06G270V01807