



Proyecto/Guía docente de la asignatura

Asignatura	CREACIÓN DE EMPRESAS		
Materia	ORGANIZACIÓN DE EMPRESAS III		
Módulo	INICIATIVA EMPRENDEDORA		
Titulación	GRADO EN COMERCIO		
Plan	418	Código	41037
Periodo de impartición	1er cuatrimestre	Tipo/Carácter	Optativa
Nivel/Ciclo	Grado	Curso	
Créditos ECTS	3		
Lengua en que se imparte	Español		
Profesor/es responsable/s	Clara de Pedro Garabito (coordinadora) / Marta Ingelmo Palomares		
Datos de contacto (E-mail, teléfono...)	clara@emp.uva.es - Tfno: 983 42 3297 marta@emp.uva.es Tfno: 983 42 3606		
Departamento	Organización de Empresas y Comercialización e Investigación de Mercados		



1. Situación / Sentido de la Asignatura

1.1 Contextualización

En respuesta a la realidad social y económica actual, donde es reconocida la importancia del emprendimiento como una posible salida al mercado laboral que permite generar valor y crear empleo, esta asignatura pretende fomentar la actitud hacia el emprendimiento de los estudiantes, así como desarrollar su capacidad de observación para detectar oportunidades de negocio y, por último, su capacidad de elaborar y exponer de forma pública un plan de empresa a partir de una idea empresarial.

Se trata de una asignatura eminentemente práctica, donde el estudiante conocerá tanto historias reales de emprendedores, como las distintas instituciones que apoyan y asesoran al emprendedor. Además, tendrá que buscar información y utilizar herramientas que le ayudarán a elaborar su plan de empresa, siendo consciente de las dificultades que conlleva el proceso de creación de una empresa.

Esta asignatura se imparte en cuarto curso en el primer cuatrimestre, y se encuentra dentro del módulo de Creación y Desarrollo de Empresas, en la materia Organización de Empresas II.

1.2 Relación con otras materias

La asignatura se relaciona en general con todas las asignaturas del Grado en Comercio, en particular con varias materias que los estudiantes han cursado de forma obligatoria en el Grado en Comercio, como: Organización de Empresas, Comportamiento del Consumidor, Fundamentos de Marketing, Investigación de Mercados, Comunicación Comercial: Publicidad y Promoción de ventas, Derecho Comercial, Dirección de Recursos Humanos y Gestión de Fuerza de Ventas.

También está muy relacionado con las asignaturas del mismo módulo: "Dirección Estratégica. Toma de Decisiones" y "Juego de Simulación Empresarial".

Esta asignatura permite integrar de forma práctica los conocimientos y habilidades que los estudiantes han ido adquiriendo en las distintas asignaturas del Grado en Comercio, y plasmarlo en un Plan de Empresa. Por otro lado, es muy recomendable que el estudiante curse la asignatura "Plan Económico y Financiero" ya que se complementan en cuanto a conocimientos, y el plan de viabilidad completo se realizará en esta asignatura.

1.3 Prerrequisitos

Para el correcto seguimiento de la asignatura será necesario poseer conocimientos básicos, adquiridos en las asignaturas relacionadas con esta asignatura y comentadas en el cuadro anterior.



2. Competencias

2.1 Generales

G1. Demostrar poseer y comprender conocimientos en el área del Comercio a partir de la base de la educación secundaria general a un nivel que, apoyado en libros de texto avanzado, incluye también algunos aspectos que implican conocimientos procedentes de la vanguardia en el estudio de la actividad comercial.

G2. Ser capaz de identificar los diferentes aspectos que afectan directa y globalmente a la actividad comercial de las empresas y saber aplicar el conjunto de conocimientos adquiridos a su trabajo o vocación de una forma profesional y poseer las competencias que suelen demostrarse por medio de la elaboración y defensa de argumentos y la resolución de problemas dentro del departamento comercial de una empresa en el contexto de una economía globalizada, dinámica y sujeta a un proceso de cambio e innovación tecnológica constante.

G3. Tener la capacidad de reunir e interpretar datos relevantes, dentro del área comercial, para emitir juicios que incluyan una reflexión sobre temas relevantes de índole social, científica o ética.

G4. Poder transmitir en español y en otra lengua (inglés, francés o alemán), tanto de forma oral como escrita, información, ideas, conocimientos, problemas y soluciones del ámbito comercial, resultados de los análisis, propuestas de actuación o negocio, los fundamentos y razones últimas de los mismos, de forma clara, concisa y comprensible tanto a públicos especializados como no especializados.

G5. Haber desarrollado aquellas habilidades de aprendizaje necesarias que permitan al estudiante continuar formándose en la actividad comercial y en otras facetas de la gestión empresarial con un alto grado de autonomía.

T1. Adquirir la habilidad de aprendizaje y conocimiento de la bibliografía así como de las fuentes permanentes de información documental y estadística que le doten de la capacidad necesaria para continuar estudiando, investigando o aprendiendo de forma permanente y autónoma.

T2. Alcanzar las habilidades necesarias para una correcta utilización de las TIC (Tecnologías de la Información y la Comunicación) en el ámbito de estudio y contexto profesional, como una herramienta para la expresión y la comunicación, para el acceso a fuentes de información, como medio de archivo de datos y documentos, para tareas de presentación, aprendizaje, trabajo cooperativo y para la gestión de cualquier operación comercial.

T4. Saber comportarse de manera íntegra y consecuente con los principios y valores personales y profesionales (compromiso ético) teniendo en cuenta los distintos instrumentos éticos puestos a su disposición. Esto implica conocer los instrumentos éticos que regulan sus actuaciones profesionales, actuar con integridad y rectitud ante cualquier situación, incluso en situaciones desfavorables para sus propios intereses, ser respetuosos con las normas y leyes sin necesidad de ser vigilados o controlados, así como saber reconocer, aceptar y responsabilizarse de los errores cometidos y de sus posibles consecuencias.

T5. Adquirir la capacidad para trabajar en equipo, demostrando habilidad para coordinar personas y tareas concretas, aceptando o refutando mediante razonamientos lógicos los argumentos de los demás y contribuyendo con profesionalidad al buen funcionamiento y organización del grupo sobre la base del respeto mutuo.

T6. Ser creativo, con iniciativa y espíritu emprendedor, consiguiendo la habilidad de ofrecer soluciones nuevas y diferentes ante problemas y situaciones convencionales, así como tener una buena predisposición a actuar de forma proactiva, poniendo en acción las ideas en forma de actividades y proyectos con el fin de explotar las oportunidades al máximo, asumiendo los riesgos necesarios.

T7. Ser capaz tanto de reconocer situaciones nuevas (tanto en el entorno competitivo en el que va a desarrollar su labor profesional como en las metodologías de trabajo cambiantes), como de adaptarse a los cambios con versatilidad y flexibilidad.

T8. Saber desarrollar y mantener un trabajo de calidad de acuerdo a las normas y gestionar por procesos utilizando indicadores de calidad para su mejora continua, mediante la utilización de indicadores que evalúan el progreso y los



resultados, mediante una planificación y realización correcta de las actividades, buscando la mejora de forma permanente en todo lo que se hace, y mediante la participación en los procesos de autoevaluación asumiendo responsabilidades tanto como evaluador como evaluado.

2.2 Específicas

E10. Capacidad para identificar y evaluar oportunidades de negocio.

E22. Desarrollar la capacidad emprendedora y creación de empresas comerciales.

E27. Dominar las técnicas de análisis y simulación que permitan resolver problemas de gestión comercial.





3. Objetivos

La asignatura pretende fomentar el espíritu y actitud emprendedora de los estudiantes, así como su capacidad observadora para detectar y aprovechar oportunidades de negocio, y darles herramientas necesarias para que sean capaces de elaborar un plan de empresa a partir de una idea empresarial. Todo ello, con el fin de que en un futuro puedan asumir el reto y el riesgo que implica crear su propia empresa con unas mayores garantías.





4. Contenidos y/o bloques temáticos

Bloque 1: “La Iniciativa Empresarial”

Carga de trabajo en créditos ECTS:

a. Contextualización y justificación

Se remite al punto 1.1

b. Objetivos de aprendizaje

- Fomentar la actitud hacia el emprendimiento de los estudiantes.
- Fomentar la capacidad observadora del estudiante para que sea capaz de detectar y aprovechar oportunidades donde surjan ideas de nueva empresa o de mejora.
- Ser capaz de elaborar un plan de empresa y realizar su defensa en público.

c. Contenidos

Tema 1: La iniciativa emprendedora. El emprendedor

Tema 2: La idea. Búsqueda de oportunidades de negocio

Tema 3: Plan de empresa

Tema 4: Puesta en marcha

d. Métodos docentes

- Talleres y clases prácticas.
- Trabajo en grupo, aprendizaje cooperativo.
- Lección magistral.
- Utilización de plataforma Moodle.
- Tutorías individuales y en grupo.
- Asistencia a distintas actividades recomendadas por el profesor.

e. Plan de trabajo

- Presentación en el aula de los conceptos y contenidos teóricos de cada tema, necesarios para la elaboración del plan de empresa.
- Trabajo en grupo, tanto en la resolución y/o comprensión de, lecturas, noticias, o propuestas hechas por el profesor, así como para poner en común el trabajo realizado fuera del horario de clase.
- Trabajo de campo de los estudiantes: búsqueda de datos para elaborar el plan de empresa.
- Asistencia a actividades de emprendimiento organizadas por el centro recomendadas por el profesor.

f. Evaluación

Se remite a la tabla resumen del final.

g. Bibliografía básica

Se hará pública al comienzo de cada curso académico.

h. Bibliografía complementaria

Se hará pública al comienzo de cada curso académico.



i. Recursos necesarios

El material necesario se pondrá a disposición del estudiante en la plataforma Moodle y en la fotocopiadora del centro.

j. Temporalización

CARGA ECTS	PERIODO PREVISTO DE DESARROLLO
3	15 semanas

5. Métodos docentes y principios metodológicos



**6. Tabla de dedicación del estudiante a la asignatura**

ACTIVIDADES PRESENCIALES	HORAS	ACTIVIDADES NO PRESENCIALES	HORAS
Clases teóricas	7	Trabajo autónomo sobre contenidos teóricos	5
Clases prácticas	7	Trabajo autónomo sobre contenidos prácticos	15
Actividades académicamente dirigidas	16	Realización de trabajos, informes, memorias	18
Evaluación	2	Preparación orientada a la evaluación	5
Total presencial	32	Total no presencial	43

7. Sistema y características de la evaluación

INSTRUMENTO/PROCEDIMIENTO	PESO EN LA NOTA FINAL	OBSERVACIONES
a) Evaluación continua <ul style="list-style-type: none"> Prácticas realizadas dentro y fuera del aula. Participación en clase. Seguimiento en la elaboración del plan de empresa. Presentación y defensa en público de un plan de empresa original. 	60% 40%	Aquellos estudiantes que, por motivos justificados, no puedan asistir habitualmente a las clases, deben ponerse en contacto con el profesor al comienzo del curso.
b) Examen final: <ul style="list-style-type: none"> Presentación y defensa en público de un plan de empresa original. Es imprescindible el seguimiento de dicho proyecto por parte del profesor de la asignatura. 	100%	Todos los estudiantes deben ponerse en contacto con el profesor, para validar la idea de negocio, y hacer el seguimiento de su proyecto durante el cuatrimestre.

CRITERIOS DE CALIFICACIÓN

- Convocatoria ordinaria:**
 - Evaluación continua o Examen final (ver apartado anterior)
- Convocatoria extraordinaria:**
 - Ídem.

8. Consideraciones finales

La asignatura contará para su seguimiento con la plataforma de apoyo a la docencia Moodle.