

**Proyecto/Guía docente de CREACION DE EMPRESAS
(Adaptada a la Nueva Normalidad)**

Asignatura	Creación de Empresas		
Materia	Organización de Empresas		
Módulo	--		
Titulación	Grado en Administracion de Empresas		
Plan	466	Código	45424
Periodo de impartición	Semestre 2	Tipo/Carácter	OPTATIVA
Nivel/Ciclo	Grado	Curso	4º
Créditos ECTS	6		
Lengua en que se imparte	Castellano		
Profesor/es responsable/s	Francisco Javier de Frutos de la Torre Despacho: Departamento de Organización de Empresas y Comercialización e Investigación de Mercados, primer piso.		
Datos de contacto (E-mail, teléfono...)	franciscojavier.frutos@uva.es / 983 184392		
Horario de tutorías	Jueves y Viernes de 10 a 12 horas.		
Departamento	Organización de Empresas y Comercialización e Investigación de Mercados		



1. Situación / Sentido de la Asignatura

1.1 Contextualización

“Creación de Empresas” es una asignatura optativa eminentemente práctica, que se imparte en el 2º semestre del cuarto curso del Grado en Administración y Dirección de Empresas. Consta de 6 créditos ECTS.

Con esta asignatura, la primera en la que se desarrolla un programa práctico de creación de empresas, se pretende que el alumno ponga en uso todos los conocimientos recibidos en los cursos anteriores del grado y ello para realizar un plan de empresa completo que incluya desde la idea de negocio hasta las herramientas financieras necesarias para su puesta en funcionamiento.

En definitiva se pretende sensibilizar al alumno de la existencia de una alternativa real al trabajo por cuenta ajena, y es el trabajo por cuenta propia, alternativa en la cual el alumno, pasa a desempeñar el papel de emprendedor para acometer y desarrollar en profundidad todas las fases del plan de negocio.

Los conocimientos y competencias que aquí se proporcionen al alumno constituyen, una visión completa, profunda y fundamental de la empresa como ente vivo, interdependiente del entorno en el cual convive y compite con otras empresas, habiendo superado previamente las barreras de entrada y poniendo en práctica y en valor la formación adquirida en años anteriores mediante el diseño de estrategias de producción, marketing y financiación entre otras.

La asignatura tiene un carácter eminentemente práctico. Así, se desarrollarán y abordarán con el alumno una serie de conocimientos prácticos en relación con la empresa y su entorno, las barreras legales, los competidores, el desarrollo ó metodología de producción, definición de las estrategias de marketing, y la selección de las mejores alternativas de financiación y todo ello para alcanzar la supervivencia en el apasionante mundo de la empresa.

1.2 Relación con otras materias

Se trata de una asignatura que pone en valor los estudios teóricos previamente obtenidos en las asignaturas del área de organización de los cursos anteriores del grado.

1.3 Prerrequisitos

Se necesitan conocimientos en profundidad de las asignaturas del área de organización de empresas, así como de las direcciones funcionales en la empresa: financiación e inversión de la empresa; comercialización e investigación de mercados; dirección de recursos humanos y dirección de operaciones; así como otras materias complementarias: derecho y contabilidad. Mucha lógica y razonamiento.



2. Competencias

2.1 Generales

G4. Poder transmitir (oralmente y por escrito) ideas, información, problemas y soluciones relacionados con asuntos económicos-empresariales, a públicos especializados y no especializados de forma, ordenada, concisa, clara, sin ambigüedades y siguiendo una secuencia lógica.

G5. Poseer las habilidades de aprendizaje necesarias que permitan emprender estudios posteriores con un alto grado de autonomía.

G6. Ser capaz de pensar y actuar según principios de carácter universal que se basan en el valor de la persona y se dirigen a su pleno desarrollo, a la vez que respetar los derechos fundamentales y de igualdad entre mujeres y hombres, los derechos humanos, los valores democráticos y de una cultura de paz, así como los principios de respeto al medio ambiente, responsabilidad social y cooperación al desarrollo, en el marco de un compromiso ético en pro de una sociedad global, intercultural, libre y justa.

2.2 Específicas

E1. Entender las bases teóricas, tanto de la economía general como de la economía y estrategia empresarial, la formación de los precios y la naturaleza de los hechos económicos, el proceso de dirección y las áreas funcionales de la empresa, a la vez que manejar los métodos cuantitativos esenciales y dominar los fundamentos sociales, históricos y jurídicos de la actividad económica y la dirección de marketing.

E3. Conocer el comportamiento de los agentes económicos y las organizaciones (empresas, economías domésticas, entidades no lucrativas, sector público,...) y el funcionamiento de los mercados, junto con los factores relevantes a la hora de adoptar decisiones.

E4 Conocer los instrumentos y herramientas disponibles, así como sus ventajas e inconvenientes, para diseñar políticas y estrategias empresariales en el ámbito general de la organización o en cuanto a financiación e inversión, operaciones, capital humano y comercialización, a la vez que comprender sus efectos sobre los objetivos empresariales y el reflejo contable de sus resultados.

E5. Conocer los elementos clave para el asesoramiento científico y técnico en la administración y dirección de empresas y otras organizaciones de acuerdo con las necesidades sociales, los objetivos correspondientes, la legislación vigente y la responsabilidad social de las empresas.

E7. Administrar una empresa u organización de pequeño tamaño, o un departamento en una empresa u organización de mayor dimensión, tanto en el ámbito del sector privado como en el marco del sector público, logrando una adecuada posición competitiva e institucional y resolviendo los problemas más habituales en su dirección y gestión.

E8. Recopilar e interpretar diversas fuentes de información (bibliográficas, estadísticas, etc.) mediante diferentes herramientas.

E11. Redactar proyectos y planes de dirección global o referida a áreas funcionales de las organizaciones, incluyendo, en su caso, propuestas de mejora.

E12. Elaborar informes de asesoramiento en el ámbito de la administración y dirección de empresas y otras organizaciones.



2.3 Transversales

- T1. Capacidad para comunicarse de forma fluida, tanto oral como escrita, en castellano.
- T3. Alcanzar las habilidades propias del manejo básico de las Tecnologías de la Información y la Comunicación (TICs).
- T4. Demostrar capacidad intelectual para el pensamiento analítico y la observación empresarial del entorno, así como desarrollar un espíritu emprendedor.
- T5. Adquirir la capacidad para trabajar en equipo, demostrando habilidad para coordinar personas y tareas concretas, y contribuyendo con profesionalidad al buen funcionamiento y organización del grupo, sobre la base del respeto mutuo.
- T6. Gestionar de forma eficiente el tiempo, así como planificar y organizar los recursos disponibles estableciendo prioridades y demostrando capacidad para adoptar decisiones y afrontar dificultades cuando éstas aparezcan.
- T7. Adquirir un compromiso ético en el ejercicio de la profesión.
- T8. Desarrollar una actitud favorable al cambio y poseer una alta capacidad de adaptación (flexibilidad).

3. Objetivos

- 1.- Identificar las oportunidades y amenazas que la empresa recibe de su entorno para el futuro.
- 2.- Identificar las variable organizativas y como se diseña una estructura organizativa
- 3.- Ser capaces de tomar decisiones sobre el funcionamiento interno de la empresa
- 4.- Ser capaces de elegir entre distintas formas organizativas que permitan desarrollar mejor la estrategia de la empresa
- 5.- Analizar la puesta en marcha de la empresa y su modelo organizativo.

4. Tabla de dedicación del estudiante a la asignatura

ACTIVIDADES PRESENCIALES	HORAS	ACTIVIDADES NO PRESENCIALES	HORAS
Clases teórico-prácticas (T/M)	20	Estudio y trabajo autónomo individual	10
Clases prácticas de aula (A)	21	Estudio y trabajo autónomo grupal	95
Laboratorios (L)	--		
Prácticas externas, clínicas o de campo	--		
Seminarios (S)	--		
Tutorías grupales (TG)	--		
Evaluación	4		
Total presencial	45	Total no presencial	105



5. Bloques temáticos

Bloque 1: Plan de Empresa

Carga de trabajo en créditos ECTS:

a. Contextualización y justificación

Para atender al sentido de esta asignatura y los objetivos establecidos para la misma, es preciso abordar las diferentes situaciones a las que se enfrenta un emprendedor antes de crear su empresa

Por otra parte, para la toma de decisiones previas a la creación de una empresa es imprescindible que sean sometidas a la observación y análisis. Tiene, en consecuencia, que ser observado y analizado el entorno que rodea al emprendedor y del que no puede aislarse, a través de un análisis externo de la empresa, así como sus diferentes recursos y capacidades.

b. Objetivos de aprendizaje

- ✓ Identificar y comprender los elementos fundamentales de la economía de la empresa: la empresa, el empresario y el entorno empresarial.
- ✓ Comprender la naturaleza del sistema empresarial desde una perspectiva económica.
- ✓ Conocer las aportaciones de la teoría de la organización.
- ✓ Desarrollar un pensamiento crítico aplicado a la recogida, interpretación y análisis de problemas en la empresa.

c. Contenidos

- 1.- Análisis de la idea de Negocio
- 2.- Barreras Legales
- 3.- Análisis de los competidores
- 4.- Plan de Producción
- 5.- Plan de Localización
- 6.- Plan de Marketing
- 7.- Plan Financiero

d. Métodos docentes

Clase Magistral para la exposición de los contenidos básicos de cada tema.

Dinámica de grupos con objeto de que el alumno trabaje en equipo los contenidos del bloque temático.

Análisis de casos de empresas (reales o hipotéticos) para la aplicación práctica de los contenidos básicos previamente revisados y que deberán ser conocidos por el alumno.

Trabajo de documentación que enriquecerá el desarrollo de las clases magistrales y, sobre todo, el de las clases prácticas.



Audiovisuales que proporcionarán al alumno ejemplos acerca de alguna de las cuestiones abordadas en el bloque temático.

Videoconferencias y uso de las herramientas de tele formación, como alternativa y complemento a la metodología presencial tradicional.

e. Plan de trabajo

El plan de trabajo previsto para el desarrollo de los diferentes contenidos incluidos en este bloque temático es el siguiente:

Se empezará con **Clases Magistrales de contenido práctico**, de manera que se le proporcione al alumno los contenidos básicos de cada parte del contenido y las indicaciones necesarias para que pueda abordar su desarrollo práctico. Se le proporcionarán también las pautas suficientes para que pueda llevar a cabo el trabajo de campo

La Clase Magistral continuará con la dinámica de grupo con objeto de que el alumno trabaje en equipo los contenidos previamente abordados. La asignatura se desarrollará continuamente en grupo.

f. Evaluación

La evaluación comprende:

- Una prueba presencial al final del semestre, que consiste en la presentación en clase de los planes de negocio de creación de empresa realizados por cada uno de los grupos de trabajo.
- Los trabajos parciales entregados previamente por los grupos de trabajo en cada una de las fases en que se divide el plan de negocio.
- En caso de que sea preciso se utilizará la videoconferencia como herramienta para realizar la prueba presencial final del trabajo reseñada en el primer punto de este apartado.

g. Bibliografía básica

DOUMA, S. y SCHREUDER, H.: "Enfoques económicos para el análisis de las organizaciones". Thomson-Civitas, Madrid, 2004.

CUERVO, A. (director): "Introducción a la administración de empresas". Civitas Ediciones, Madrid, 2001.

Lectura diaria de la prensa.

h. Bibliografía complementaria

- www.dgpyme.org (Ministerio de Economía)



i. Recursos necesarios

Aula con sillas móviles, pizarra, cañón de proyección, ordenador, software para presentaciones, recursos para la proyección de audiovisuales, biblioteca y hemeroteca, foro, tutorías y autoevaluación.

Ordenador ó similar y conexión a internet.

6. Temporalización (por bloques temáticos)

BLOQUE TEMÁTICO	CARGA ECTS	PERIODO PREVISTO DE DESARROLLO
1. Plan de Negocio		15 semanas

7. Tabla resumen del sistema de calificaciones

INSTRUMENTO/PROCEDIMIENTO	PESO EN LA NOTA FINAL	OBSERVACIONES
PARTE A: Evaluación del Plan de Negocio ➤ Presentación en público ➤ Contenido del document	60%	Este 60% se distribuirá del siguiente modo: 30% corresponderá a presentación en publico 30% corresponderá al contenido del trabajo
PARTE B: Evaluación parcial de cada una de las fases en que se subdivide el plan de empresa y que a tal efecto sea requerido por el profesor	40%	Las actividades prácticas serán acumulativas y se evaluarán de forma completa al final del cuatrimestre.

El alumno tiene que conocer que:

1. Es requisito imprescindible, para poder superar la asignatura, que los alumnos, distribuidos en grupos, realicen y entreguen todas las fases parciales en que se subdivide el plan de negocio. Deberá ser entregadas en plazo y forma y contener el contenido requerido.
2. Se requerirá una nota mínima de 3 puntos sobre 10 en cada una de las partes (A y B) para poder superar la asignatura.
3. Los sistemas de evaluación establecidos serán de aplicación en las dos convocatorias de la asignatura (ordinaria y extraordinaria).

8. Consideraciones finales

Únicamente, se contestará a los correos electrónicos que los alumnos envíen al profesor desde su dirección de correo de la Universidad de Valladolid.

**Adenda a la Guía Docente de la asignatura**

La adenda debe reflejar las adaptaciones sobre cómo se desarrollaría la formación si tuviese que ser desarrollada en modalidad online por mandato de autoridades competentes. Se deben conservar los horarios de asignaturas y tutorías publicados en la web de la UVa, indicar el método de contacto y suministrar un tiempo razonable de respuesta a las peticiones de tutoría (2-4 días lectivos). Describir el modo en que se desarrollarán las actividades prácticas. En el caso de TFG/TFM, desarrollar detalladamente los sistemas de tutorías y tutela de los trabajos.

Los aspectos no recogidos en esta adenda no sufrían variación en caso de que tuviera que desarrollarse la docencia en modalidad online.

Asignatura	Creación de Empresas		
Materia	Organización de Empresas		
Módulo	--		
Titulación	Grado en Administración de Empresas		
Plan	466	Código	45424
Periodo de impartición	Semestre 2	Tipo/Carácter	OPTATIVA
Nivel/Ciclo	Grado	Curso	4º
Créditos ECTS	6		
Lengua en que se imparte	Castellano		
Profesor/es responsable/s	Francisco Javier de Frutos de la Torre Despacho: Departamento de Organización de Empresas y Comercialización e Investigación de Mercados, primer piso.		
Datos de contacto (E-mail, teléfono...)	franciscojavier.frutos@uva.es / 983 184392		
Horario de tutorías	Jueves y Viernes de 10 a 12 horas.		
Departamento	Organización de Empresas y Comercialización e Investigación de Mercados		

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

ACTIVIDADES PRESENCIALES Ó A DISTANCIA	HORAS	ACTIVIDADES NO PRESENCIALES	HORAS
Clases teórico-prácticas (T/M) <i>Mediante Videoconferencia</i>	20	Estudio y trabajo autónomo individual	10
Clases prácticas de aula (A) <i>Mediante Videoconferencia</i>	21	Estudio y trabajo autónomo grupal	95
Laboratorios (L)	--		
Prácticas externas, clínicas o de campo	--		
Seminarios (S)	--		
Tutorías grupales (TG)	--		
Evaluación <i>Mediante Videoconferencia</i>	4		
Total presencial	45	Total no presencial	105

d. Métodos docentes

Clase Magistral para la exposición de los contenidos básicos de cada tema.

Dinámica de grupos con objeto de que el alumno trabaje en equipo los contenidos del bloque temático.

Análisis de casos de empresas (reales o hipotéticos) para la aplicación práctica de los contenidos básicos previamente revisados y que deberán ser conocidos por el alumno.

Trabajo de documentación que enriquecerá el desarrollo de las clases magistrales y, sobre todo, el de las clases prácticas.

Audiovisuales que proporcionarán al alumno ejemplos acerca de alguna de las cuestiones abordadas en el bloque temático.

El contenido anteriormente expuesto se desarrollará mediante uso de herramientas de tele formación y Videoconferencias sustituyendo a la formación presencial tradicional

El profesor dispondrá del teléfono y del correo electrónico del alumno, para qué, mediante el uso de esta vía, poder fijar horarios de tutoría y realizar el seguimiento personalizado del aprendizaje de la asignatura. En caso de que los horarios de tutorías y/o clases pudieran variar, esta variación se haría en consenso entre el/los alumnos y el profesor.



f. Evaluación

La evaluación comprende:

- Una presentación del trabajo desarrollado al final del semestre, que consiste en la presentación, mediante el uso de herramientas de teleformación, al resto de alumnos de la clase de los planes de negocio realizados por cada uno de los grupos de trabajo.
- Los trabajos parciales entregados previamente por los grupos de trabajo en cada una de las fases en que se divide el plan de negocio que serán enviados mediante el uso de herramientas de comunicación on line y correo electrónico.

i. Recursos necesarios

Ordenador personal tipo PC ó similar y conexión a internet así como aplicaciones de comunicación virtual tipo zoom o Skype ó similares.

