



## 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	<a href="http://http://euee.uvigo.es">http://http://euee.uvigo.es</a>			
Descripción general	<p>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.</p> <p>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.</p> <p>Se trata en definitiva que el alumno sea capaz de transformar ideas en proyectos concretos.</p>			

## 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 *xuízos 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 *profesional 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
Sesión magistral	44	0	44
Trabajos de aula	10	20	30
Trabajos tutelados	20	50	70
Otros	2	0	2
Presentaciones/exposiciones	2	2	4

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

## Metodologías

Descripción

Sesión 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...

Trabajos tutelados

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.

Otros

Examen tipo test

Presentaciones/exposiciones

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
Sesión magistral	

### Evaluación

	Descripción	Calificación	Resultados de Formación y Aprendizaje
Trabajos de aula		10	B3 D7 D8
Trabajos tutelados	Trabajo Final en Equipo: informe y exposición.	40	C26 D1
Otros	Examen Tipo Test	40	C2
Presentaciones/exposiciones		10	C26 D1 D7

### 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.

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 la fechas fijadas en el calendario. Se considera aprobada la asignatura si la calificación es igual o mayor que 5.

### 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,

---

## **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

---