



DATOS IDENTIFICATIVOS

Creación de empresas comerciais

Materia	Creación de empresas comerciais			
Código	V06G270V01702			
Titulación	Grao en Comercio			
Descritores	Creditos ECTS	Sinale	Curso	Cuadrimestre
	6	OB	4	1c
Lingua de impartición				
Departamento	Organización de empresas e márketing			
Coordinador/a	González Framil, Juan Francisco			
Profesorado	González Framil, Juan Francisco			
Correo-e	juan.gonzalez@uvigo.es			
Web	http://http://euee.uvigo.es			
Descrición xeral	Con el fin de que el alumno relacione y aplique los conocimientos adquiridos en la carrera, el programa tendrá un carácter práctico, orientado al desarrollo de las actitudes y habilidades del alumno y basado en el trabajo en equipo. Se formarán grupos de trabajo 4 0 5 estudiantes que desarrollarán un proyecto de creación de empresa.			

Competencias

Código				
B1	CG1. Adquirir coñecementos de xestión, das técnicas instrumentais, así como dos elementos máis avanzados e innovadores no estudo da actividade comercial para a súa utilización no comercio.			
B3	CG3. Recopilar, procesar e interpretar información social, económica e xurídica que permitan emitir xuízos sobre temas relevantes no marco do comercio.			
B5	CG5. Adquirir habilidades de liderato, traballo autónomo e en equipa, motivación, flexibilidade, así coma comportamento responsable e ético para desenvolverse convenientemente con todos os axentes que operan na organización e no entorno.			
B6	CG6. Coñecer e comprender distintas realidades económicas, xurídicas, sociais e culturais e adquirir unha visión global e multicultural co fin de orientar as estratexias e operacións hacia mercados tanto nacionais como internacionais			
C2	CE2. Coñecer as teorías que analizan a intervención do estado en materia económica e os seus instrumentos, así como o concepto de estratexia, a súa tipoloxía e obxeto. Saber vencellar o obxeto e as condicións dos programas de promoción económica coa estratexia e actividades dla organización, así como saber instrumentalos en apoio da estratexia empresarial.			
C4	CE4. Coñecer os obxectivos, funcións e técnicas instrumentais dos diferentes subsistemas das organizacións, así como as relacións existentes entre eles desde unha perspectiva de enfoque de sistemas.			
C6	CE6. Saber localizar, seleccionar e analizar a información e coñecer as variables que interveñen no comercio interior e internacional, co fin de orientar o deseño e implantación da estratexia e a xestión operativa do comercio.			
C14	CE14. Comprender e saber analizar o rol socioeconómico do emprendedor e do directivo profesional, así como saber elaborar un plan de negocio.			
C26	CE26. Saber empregar as habilidades persoais, actitudes e coñecementos adquiridos no contexto académico mediante a simulación de situacións reais dla práctica profesional e a través do contacto coa realidade empresarial que proporcionan as prácticas de empresa.			
D1	CT1. Habilidades de comunicación oral E escrita, tanto nas linguas oficiais da súa Comunidade como na lingua estranxeira elixida (inglés, francés ou alemán).			
D7	CT7. Capacidade de escoita activa, comunicación non verbal, persuasión, negociación e presentación.			
D8	CT8. Capacidade para liderar e traballar en equipo.			
D12	CT12. Creatividade.			

Resultados de aprendizaxe

Resultados previstos na materia	Resultados de Formación e Aprendizaxe
---------------------------------	---------------------------------------

Adquirir coñecementos de xestión, das técnicas instrumentais, así como dos elementos máis avanzados e innovadores no estudo da actividade comercial para a súa utilización no comercio.	B1
Recopilar, procesar e interpretar información social, económica e xurídica que permitan emitir xuízos sobre temas relevantes no marco do comercio.	B3
Adquirir habilidades de liderato, traballo autónomo e en equipa, motivación, flexibilidade, así coma comportamento responsable e ético para desenvolverse convenientemente con todos os axentes que operan na organización e no entorno.	B5
Coñecer e comprender distintas realidades económicas, xurídicas, sociais e culturais e adquirir unha visión global e multicultural co fin de orientar as estratexias e operacións hacia mercados tanto nacionais como internacionais	B6
Habilidades de comunicación oral E escrita, tanto nas linguas oficiais da súa Comunidade como na lingua estranxeira elixida (inglés, francés ou alemán).	D1
Capacidade de escoita activa, comunicación non verbal, persuasión, negociación e presentación.	D7
Capacidade para liderar e traballar en equipo.	D8
Creatividade.	D12
Coñecer as teorías que analizan a intervención do estado en materia económica e os seus instrumentos, así como o concepto de estratexia, a súa tipoloxía e obxeto. Saber vencellar o obxeto e as condicións dos programas de promoción económica coa estratexia e actividades dla organización, así como saber instrumentalos en apoio da estratexia empresarial.	C2
Coñecer as teorías que analizan a intervención do estado en materia económica e os seus instrumentos, así como o concepto de estratexia, a súa tipoloxía e obxeto. Saber vencellar o obxeto e as condicións dos programas de promoción económica coa estratexia e actividades dla organización, así como saber instrumentalos en apoio da estratexia empresarial.	C4
Saber localizar, seleccionar e analizar a información e coñecer as variables que interveñen no comercio interior e internacional, co fin de orientar o deseño e implantación da estratexia e a xestión operativa do comercio.	C6
Comprender e saber analizar o rol socioeconómico do emprendedor e do directivo profesional, así como saber elaborar un plan de negocio.	C14
Saber empregar as habilidades persoais, actitudes e coñecementos adquiridos no contexto académico mediante a simulación de situacións reais dla práctica profisional e a través do contacto coa realidade empresarial que proporcionan as prácticas de empresa.	C26

Contidos

Tema

TEMA 1.- INTRODUCCIÓN A LA CREACIÓN DE

EMPRESA Y AL CONCEPTO DE EMPRENDEDOR

TEMA 2. NACIMIENTO Y CREACIÓN DE LA IDEA

TEMA 3. GENERACIÓN DE MODELOS DE

NEGOCIO: EL LIENZO

TEMA 4. EL PLAN DE NEGOCIO

TEMA 5. ELABORACION DEL PLAN DE NEGOCIO

TEMA 6. CONSTITUCION DE LA

EMPRESA:ASPECTOS LEGALES

TEMA 7. MEDIDAS DE APOYO A LA CREACIÓN DE

EMPRESAS Y LOS EMPRENDEDORES

Planificación

	Horas na aula	Horas fóra da aula	Horas totais
Lección maxistral	44	0	44
Traballos de aula	10	20	30
Traballo tutelado	20	50	70
Presentación	2	2	4
Probas de resposta curta	2	0	2

*Os datos que aparecen na táboa de planificación son de carácter orientador, considerando a heteroxeneidade do alumnado.

Metodoloxía docente

	Descrición
Lección maxistral	Exposición por parte do profesor dos contidos sobre a materia obxecto de estudo, bases teóricas e/ou directrices dun traballo, exercicio ou proxecto a desenvolver polo estudante.
Traballos de aula	Exposición por parte do alumnado ante o docente e/ou un grupo de estudantes dun tema sobre contidos da materia ou dos resultados dun traballo, exercicio, proxecto...

Traballo tutelado	Realización de actividades que permiten a cooperación de varias materias e enfrontan aos alumnos, traballando en equipo, a problemas abertos. Permiten adestrar, entre outras, as capacidades de aprendizaxe en cooperación, de liderado, de organización, de comunicación e de fortalecemento das relacións persoais.
Presentación	Exposición por parte do alumnado ante o docente e/ou un grupo de estudantes dun tema sobre contidos da materia ou dos resultados dun traballo, exercicio, proxecto... Pódese levar a cabo de maneira individual ou en grupo.

Atención personalizada

Metodoloxías	Descrición
Lección maxistral	

Avaliación

	Descrición	Cualificación	Resultados de Formación e Aprendizaxe	
Traballos de aula		5	B3	D7 D8
Traballo tutelado	Traballo Final en Equipo: informe e exposición.	35		C26 D1
Presentación		10		C26 D1 D7
Probas de resposta curta	Tipo Test	50	B1 B3	D1

Outros comentarios sobre a Avaliación

Utilizarase un sistema de avaliación preferentemente continuo e diversificado, seleccionando as técnicas máis adecuadas en cada momento, que permitan poñer de manifesto os diferentes coñecementos e capacidades adquiridos por o alumnado a o cursar a asignatura. Considérase que o alumno segue a avaliación continua si asiches polo menos a o 80% de as actividades presenciais e consegue polo menos o 30% de os puntos en o test. Pódese renunciar a a avaliación continua solicitándoo por escrito a o profesor de a materia, antes de a 3ª semana de docencia ou si a o longo de o curso acredita documentalmente e de xeito suficiente algunha causa sobrevenida que objetivamente impídalle seguir a avaliación continua. En a modalidade de avaliación continua a cualificación final será o resultado de a nota de o exame final(50%), traballo tutelado(35%), traballos de o aula(5%) e presentación de o traballo tutelado(10%). Será necesario obter un mínimo de 3 puntos sobre 10 en o exame final para optar a aprobar a materia. En caso contrario a nota final será a obtida en o exame final. Si obtense un cualificación maior ou igual a 3 puntos en o exame final, a nota calcúlase realizando a media de esta cualificación con a nota de o resto de as probas. Considérase aprobada a signatura si dita media é maior ou igual a 5. No entanto, de forma alternativa, contéplase a realización de unha avaliación única final a a que poderán acollerse aqueles alumnos que non poidan cumprir con o método de avaliación continua En este caso realizarase unha proba escritura que poderá consistir en un exame teórico-práctico que puntuará sobre 10 e que el alumnado preparará en base a a bibliografía recomendada. Considérase aprobada a asignatura si a cualificación é igual ou maior a 5. En a convocatoria de xullo e en as extraordinarias a nota final será a obtida en o exame oficial que se realizará en a datas fixadas en o calendario de exames, exame que en devandito caso valorarase sobre 10 puntos. Considérase aprobada a asignatura si a cualificación é igual ou maior que 5. Sempre que u ou a estudante supere a materia segundo os criterios antes descritos, sumarase a a nota que obteña un máximo de 1 punto por a participación en determinadas actividades externas que terán lugar durante o cuatrimestre en o que se imparte a materia, e que o profesor de esta materia considere de interese. Poderá tratarse de actividades organizadas por o centro, universidade, ou outras entidades, como visitas a empresas, charlas, talleres, ou similares. Para iso, o profesor comunicará previamente a o alumnado por o medios habituais aquelas actividades en as que a participación supoñerá un incremento de a nota. Bonificarase a participación en cada actividade con 0,25 puntos, e ata un máximo de 1 punto; en calquera caso a nota final de a materia non poderá superar o máximo de 10 puntos. O alumnado deberá aportar algún documento acreditativo de a súa participación en cada actividade que desexe que se contabilice en os prazos indicados por a persoa que coordine a materia.

Bibliografía. Fontes 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.ilustrae,
 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,
Martinez García, P., **Business Angels**,

Recomendacións

Materias que se recomenda cursar simultaneamente

Mercadotecnia estratéxica/V06G270V01403
Idioma para a comunicación internacional: Inglés/V06G270V01807
Investigación de mercados/V06G270V01802
Sistemas da información integrados para a xestión/V06G270V01701
Traballo de Fin de Grao/V06G270V01991

Materias que se recomenda ter cursado previamente

Empresa: Fundamentos de mercadotecnia/V06G270V01204
Estratexia empresarial e xestión de axudas/V06G270V01606
Planificación de recursos de información integrados/V06G270V01503
Presentación e interpretación da información financeira/V06G270V01601
Habilidades persoais, directivas e comerciais/V06G270V01705
Idioma para a comunicación internacional: Inglés/V06G270V01807
