

Asignatura

Nombre Asignatura	Creación de Empresas
Código	100000039
Créditos ECTS	4.0

Plan/es donde se imparte

Titulación	Grado en Administración y Dirección de Empresas (Plan 2020)
Carácter	OPTATIVA
Curso	4

Datos Generales

➤ PROFESORADO

➤ CONOCIMIENTOS RECOMENDADOS

No Aplica

➤ OBJETIVOS TEÓRICOS

Teóricos

La asignatura de Creación de Empresas pretende animar a los estudiantes a crear su propio negocio. Para ello, se les enseñan los conocimientos científicos y técnicos básicos de la creación de empresa y la elaboración de un plan de negocio.

Objetivos formativos:

Fomentar el espíritu emprendedor entre los alumnos

Formar al alumno en el proceso de creación y puesta en marcha de una empresa

➤ OBJETIVOS PRÁCTICOS

- Planificación del proyecto mediante herramienta Trello
- Establecer Objetivos OKR¿s
- Análisis de KPI¿s
- Tablero Canvas
- Resumen ejecutivo del proyecTO
- Completar un PMV (Producto mínimo viable)
- Validación comercial del proyecto
- Realización de un Pitch ante jurado

➤ COMPETENCIAS QUE SE DESARROLLAN / RESULTADOS DE APRENDIZAJE

BÁSICAS Y GENERALES

CG1 - Capacidad para resolver problemas. Descripción: Halla soluciones y toma una determinación fija y decisiva para solucionar una duda o problema.

CG2 - Capacidad de análisis y síntesis. Descripción: Estudia minuciosamente un tema, problema,

caso, artículo, ejercicio, etc. y resume y recopila lo más relevante.

CG3 - Capacidad de organización y planificación. Descripción: Sabe fijar los pasos a seguir y/o estructurar para alcanzar un objetivo, distribuyendo convenientemente los recursos materiales y humanos con los que cuenta asignando a cada uno funciones concretas.

CG4 - Capacidad de comunicación y trabajo en equipo. Descripción: Sabe transmitir información oralmente y/o por escrito. Colabora y coopera con los demás aportando lo mejor de sus competencias al logro de resultados del equipo. Acepta y valora las competencias de otros y busca hacer sinergia con sus colegas. Valora las diferencias y construye relaciones de respeto y crecimiento

TRANSVERSALES

CT1 - Capacidad de búsqueda de información e investigación. Descripción: Intenta localizar o encontrar información utilizando diferentes fuentes (bases de datos, medios de comunicación, manuales, etc.) y estudia a fondo esa información.

CT2 - Capacidad para recibir y transmitir información en otros idiomas, principalmente inglés. Descripción: Utiliza y se desenvuelve bien en el manejo de otros idiomas, fundamentalmente el inglés.

CT3 - Capacidad para trabajar en entornos de presión. Descripción: Se desenvuelve con relativa facilidad en situaciones complejas en las que está sometido a coacciones, intimidaciones, etc.

CT4 - Capacidad de aplicar los conocimientos a la práctica. Descripción: Sabe utilizar los conocimientos adquiridos en la consecución de un objetivo concreto, por ejemplo la resolución de un ejercicio o la discusión de un caso práctico.

CT5 - Usar tecnologías de la información y las telecomunicaciones. Descripción: Emplea y se desenvuelve bien con los medios tecnológicos a su alcance (campus virtual, internet, aplicaciones informáticas, etc.).

ESPECÍFICAS

CE1 - Gestionar y administrar una empresa u organización, entendiendo su ubicación competitiva e institucional e identificando sus fortalezas y debilidades. Descripción: Sabe dirigir y gobernar una empresa para alcanzar el máximo beneficio teniendo en cuenta los recursos con los que cuenta la organización y las características del entorno y/o mercado en el que se mueve.

CE2 - Integrarse en cualquier área funcional de una empresa u organización mediana/grande y desempeñar con soltura cualquier labor de gestión en ella encomendada. Descripción: Sabe desenvolverse en cualquiera de los departamentos de la empresa (producción, marketing, recursos humanos, finanzas, etc.) tomar decisiones y ejecutarlas. En concreto es capaz de realizar diagnósticos y aportar propuestas de mejora organizativa, de realizar propuestas de mejora de métodos de trabajo y estudios de tiempos de trabajo, de diseñar planes de incentivos a la producción, conoce y sabe desempeñar las funciones y actividades propias de los departamentos de Recursos Humanos (análisis y valoración de puestos, contratación, retribución etc.) utiliza las técnicas y herramientas del marketing para dar al consumidor lo que necesita y/o desea en cada momento al mismo tiempo que consigue para la empresa el máximo beneficio, sabe analizar y planificar inversiones, con previsión de expectativas, interrelación y financiación, es capaz de gestionar y controlar el plan financiero de la empresa, representa y comunica la información económico-financiera a través de los estados contables, verifica y controla la información económico-financiera según la legislación vigente, etc.

CE3 - Identificar las fuentes de información económica relevante y su contenido. Descripción: Conoce los distintos medios o fuentes de información que aportan datos importantes para la toma

de decisiones empresarial.

CE4 - Derivar de los datos información económica relevante. Descripción: Identifica y recopila datos de diferentes fuentes de información que después elabora para convertirla en información económica útil para tomar decisiones.

CE7 - Redactar proyectos de gestión global o de áreas funcionales de la empresa. Descripción: Es capaz de elaborar planes detallados para las empresas y organizaciones, de acuerdo con unos objetivos prefijados, a distintos niveles desde el más global (planes estratégicos) hasta el más específico correspondiente a algún departamento o área funcional.

➤ **CONTENIDO DEL PROGRAMA**

1. Entrepreneurship

Entrepreneurship vs intrapreneurship

Characteristics of an entrepreneur

What is a start-up

Entrepreneurial ecosystem

2. Building a successful business

Design Thinking

Identifying the problem you want to solve

How to present your business idea

Generating your business idea

Experiment with your idea

3. Business model canvas to create your business

Nine building blocks: customer segments, value proposition, channels, customer relationship, revenue streams, key resources,

key activities, key partners, cost structure

Business plan structure; components and content

4. Finances and Legal structures for Entrepreneurs

Partners agreement

Accounting

Principal ERP's

5. Sales

Stages of Sale

Negotiation practice

6. Marketing for Startups.

Marketing Strategy

Marketing ON/OFF

SEO/SEM, Social Ads, Influencer Marketing

7. Organisation models

From basic forms to clover or network structures

8. Financing a start-up

9. Leadership for a growing business

10. Agile methodologies

➤ **ACTIVIDADES FORMATIVAS**

Clases teóricas: permitirán al estudiante conocer en profundidad los contenidos del módulo para reflexionar sobre los mismos y debatir sobre ellos con el/la profesor/ a y con el resto de compañeros/as. Esta actividad se realizará con la presencia del profesor.

Nº de horas 20

Presencialidad 100%

Actividades prácticas: consistirán, entre otras cosas, en que el estudiante analice y discuta casos prácticos y resuelva ejercicios específicos del módulo. El objetivo es que el estudiante trabaje con ejemplos reales o ficticios interesantes que le permitan ver las principales variables que influyeron en la situación estudiada, el desarrollo de la misma y las consecuencias que trajeron aplicadas al módulo estudiado. Este trabajo en algunas ocasiones será individual y en otras será en grupo.

Nº de horas 20

Presencialidad 75%

Tutorías personalizadas o en grupo, donde los estudiantes podrán poner en común con el profesor/a aquellas dudas, preguntas que le hayan surgido a lo largo del resto de actividades formativas o bien, contenidos o temas de discusión sobre lo que desee profundizar. Esta actividad se realizará con la presencia del profesor.

Nº de horas 6

Presencialidad 100%

Actividades de evaluación: exámenes, exposiciones en clase que permitirán al estudiante y al profesor medir las competencias adquiridas en el módulo. Esta actividad se realizará con la presencia del profesor.

Nº de horas 4

Presencialidad 100%

Elaboración de trabajos en grupo e individuales: los estudiantes trabajarán fuera del aula en los casos, ejercicios, etc. propuestos por el profesor. Esta actividad le permitirá acceder a las diferentes fuentes bibliográficas y bases de datos que ofrece la biblioteca. Esta actividad se realizará sin la presencia del profesor.

Nº de horas 20

Horas de estudio que permitirán al estudiante aprender los conceptos básicos del módulo. Esta actividad se realizará sin la presencia del profesor.

Nº de Horas 30

➤ **CRITERIOS Y MÉTODOS DE EVALUACIÓN**

Convocatoria ordinaria:

Evaluación Continua 50%

El proyecto Final 35% (50% de la nota es el documento final y un 50% la presentación final a la entidad)

Examen final; 50%

Para la evaluación final será necesaria una asistencia mínima del 85%. Una asistencia inferior penalizará sustancialmente la nota de la evaluación continua

Para la evaluación continua cada grupo debe de llevar a cabo la elaboración, defensa y venta a inversores de su modelo de negocio.

El examen final ordinario se realizará en la convocatoria oficial establecida sin excepciones.

Para poder superar la asignatura en la convocatoria ordinaria es necesario obtener un 5 en el examen.

El alumno podrá acogerse a la calificación de No presentado en la convocatoria ordinaria si deja de asistir a clase o de realizar las actividades prácticas de la asignatura durante el primer mes y medio de la actividad docente. Transcurrido este periodo, se entiende que sigue a todos los efectos el sistema de evaluación continua.

Convocatoria Extraordinaria:

El profesor evaluará a cada estudiante a partir de una nota de evaluación continua y de la nota del examen realizado al final del curso.

A. En el caso de tener aprobada la evaluación continua, se aplicaran los mismos criterios que en la convocatoria ordinaria, manteniéndose la nota ya obtenida en la evaluación continua.

B. En el caso de haber suspendido la evaluación continua a lo largo del curso: el alumno solo podrá recuperar la mitad del porcentaje de esta y se recuperará incrementando el peso del examen final extraordinario en el porcentaje que corresponde a la mitad de la evaluación continua en convocatoria ordinaria.

➤ **BIBLIOGRAFÍA Y RECURSOS BÁSICOS**

BIBLIOGRAFÍA BÁSICA

Osterwalder, A.; Pigneur, Yves (2010): Business model generation, John Wiley & Sons; Hoboken, New Jersey.

Osterwalder, Alexander; Pigneur, Yves; Smith, Alan; Bernarda, Greg y Papadakos, Patricia, (2012)

Value proposition design, John Wiley & Sons; Hoboken, New Jersey.

Aulet, Bill; Disciplined entrepreneurship workgroup; John Wiley & Sons, Hoboken, New Jersey.

Ries, Eric (2011): The lean startup, Currency New York, Penguin.

Mariotti, Steve and Glackin, Caroline (2016): Entrepreneurship: starting and operating a small business, 4th. edition, Pearson.

Boluda, Juan; (2018) En cien años todos muertos, guía para emprender o morir sin haberlo hecho; Ed. 1 Conecta, Penguin.

BIBLIOGRAFÍA COMPLEMENTARIA

Gómez Gras, J.M.; Fuentes Fuentes, M.M.; Batista Canino, R.M.; Hernández Mogollón, R. (2012): Manual de casos sobre creación de empresas en España, McGraw-Hill, Madrid.

González, F.J. (2012): Creación de empresas. Guía del emprendedor, 4ª edición, Ediciones Pirámide, Madrid.

➤ HORARIO, TUTORÍAS Y CALENDARIO DE EXÁMENES

Las tutorías se realizarán bajo petición del alumno mediante correo electromecánica a juan.carlos.fernandez@villanueva.edu

Horarios de clases y exámenes a través de campus virtual

➤ PUBLICACIÓN Y REVISIÓN DE LA GUÍA DOCENTE

Esta guía docente se ha realizado de acuerdo al la memoria Verificada