GUÍA DOCENTE

DENOMINACIÓN DE LA ASIGNATURA

Denominación: **CREACIÓN DE EMPRESAS**
Código: 102621
Plan de estudios: **GRADUADO/A EN GESTIÓN CULTURAL POR LA UNIVERSIDAD DE CÓRDOBA** Curso: 3
Materia: CREACIÓN DE EMPRESAS
Carácter: OBLIGATORIA
Duración: SEGUNDO CUATRIMESTRE
Créditos ECTS: 6.0
Horas de trabajo presencial: 60
Porcentaje de presencialidad: 40.0%
Horas de trabajo no presencial: 90
Plataforma virtual:

DATOS DEL PROFESORADO

Nombre: MARTINEZ MANCHADO, FRANCISCO JOSE (Coordinador)
Departamento: ESTADÍSTICA, ECONOMETRÍA, INVESTIGACIÓN OPERATIVA, ORGANIZACIÓN DE EMPRESAS Y
Área: ORGANIZACIÓN DE EMPRESAS
Ubicación del despacho: Facultad Ciencias del Trabajo
E-Mail: r32mamaf@uco.es
Teléfono: 656834944

REQUISITOS Y RECOMENDACIONES

Requisitos previos establecidos en el plan de estudios

Ninguno

Recomendaciones

Ninguna especificada

COMPETENCIAS

CB1 Que los estudiantes hayan demonstrado poseer y comprender conocimientos en un área de estudio que parte de la base de la educación secundaria general, y se suele encontrar a un nivel que, si bien se apoya en libros de texto avanzados, incluye también algunos aspectos que implican conocimientos procedentes de la vanguardia de su campo de estudio

CB3 Que los estudiantes tengan la capacidad de reunir e interpretar datos relevantes (normalmente dentro de su área de estudio) para emitir juicios que incluyan una reflexión sobre temas relevantes de índole social, científica o ética

CE14 Capacidad de organización y gestión empresarial.

CE22 Conocimiento de los mercados culturales y la industria cultural (artes escénicas, música, artes plásticas y audiovisuales, cine, literatura y artes emergentes).

GUÍA DOCENTE

OBJETIVOS

- Motivar al alumnado en el emprendimiento y la creación de empresas
- Analizar el emprendimiento
- Analizar el perfil del emprendedor y sus características
- Identificar y evaluar una idea empresarial
- Desarrollar un plan de empresa / Plan de negocio con metodología ad hoc.
- Fomentar el trabajo en equipo y la colaboración empresarial
- Identificar las fuentes de financiación actualizadas y los apoyos existentes para el emprendimiento.

CONTENIDOS

1. Contenidos teóricos

TEMA 1: EMPRENDIMIENTO.
1.1. Cualidades del emprendedor/a
1.2. Destrezas del emprendedor/a
1.3. Actividades del empresario/a
1.4. Perfil del empresario/a
TEMA 2: GENERACIÓN DE IDEAS.
2.1. La imaginación.
2.2. La creatividad.
2.3. La innovación.
2.4. Nacimiento y valoración de las ideas.
TEMA 3: EL ENTORNO DE LA EMPRESA
3.1. Análisis externo
3.2. Análisis interno
3.3. DAFO
TEMA 4: PLAN DE PRODUCCIÓN Y ORGANIZATIVO
4.1. Objetivos de la empresa
4.2. Plan de producción.
4.3. Plan organizativo
TEMA 5: PLAN DE MARKETING
5.1. Investigación de mercado.
5.2. Beneficios de la investigación de mercados.
5.3. Objetivos de Marketing.
5.4. Tendencias del mercado.
5.5. Tendencias, tamaño y nichos de mercado.
5.6. Marketing-Mix
TEMA 6: FINANZAS
6.1. Estructura económica y financiera de la empresa
6.2. Gastos iniciales y fuentes de capital
6.3. Presupuesto de inversión
TEMA 7: PLAN DE NEGOCIO

2. Contenidos prácticos

El alumnado desarrrollará en grupo un proyecto de creación de empresa a lo largo del cuatrimestre. Así mismo esos mismos grupos de trabajo o el alumnado de manera individual, elaborarán una serie de documentos en talleres relacionado con el temario.

GUÍA DOCENTE

OBJETIVOS DE DESARROLLO SOSTENIBLE RELACIONADOS CON LOS CONTENIDOS

Educación de calidad
Igualdad de género
Trabajo decente y crecimiento económico
Industria, innovación e infraestructura
Alianzas para lograr los objetivos

METODOLOGÍA

Aclaraciones generales sobre la metodología (opcional)

El docente entregará al final de cada tema el material.

Adaptaciones metodológicas para alumnado a tiempo parcial y estudiantes con discapacidad y necesidades educativas especiales

A comienzo del cuatrimeste, el alumnado reconocido como tal, en la primera quincena deberá contactar con el docente para aclarar cual va a ser la metodología y el sistema de evaluación que se determinará para el alumnado según sus circunstancias.

Actividades presenciales

Actividad	Grupo completo	Grupo mediano	Total
Debates	10	-	10
Estudio de casos	-	5	5
Lección magistral	35	5	40
Trabajos en grupo (cooperativo)	-	5	5
Total horas:	***45***	***15***	***60***

Actividades no presenciales

Actividad	Total
Búsqueda de información	25
Consultas bibliográficas	25
Trabajo de grupo	40
Total horas:	***90***

MATERIAL DE TRABAJO PARA EL ALUMNO

Casos y supuestos prácticos
Presentaciones PowerPoint
Referencias Bibliográficas

GUÍA DOCENTE

EVALUACIÓN

Competencias	Exámenes	Informes/memorias de prácticas	Proyecto
CB1	X	X	X
CB3	X	X	X
CE14	X	X	X
CE22	X	X	X
Total (100%)	***40%***	***25%***	***35%***
Nota mínima (*)	***4***	***4***	***4***

(*)Nota mínima (sobre 10) necesaria para que el método de evaluación sea considerado en la calificación final de la asignatura. En todo caso, la calificación final para aprobar la asignatura debe ser igual o superior a 5,0.

Método de valoración de la asistencia:

La asistencia se valorará a través de los informes/memorias de prácticas a realizar en aula.

Aclaraciones generales sobre los instrumentos de evaluación:

El examen, en evaluación contínua y en convocatorias ordinarias (junio y julio), será tipo test.

El alumnado que no supere el porcentaje de asistencia (o no desee la evaluación contínua), deberá hacer un examen tipo test, además de una pregunta de desarrollo o caso práctico que refleje la adquisición de los conocimientos de la materia en la misma fecha que el resto.

Estas calificaciones únicamente serán válidas para las convocatorias ordinarias en el curso actual

Aclaraciones sobre la evaluación para el alumnado a tiempo parcial y necesidades educativas especiales:

El alumnado a tiempo parcial deberá de contactar con el docente en la primera quincena del cuatrimestre para explicarle cómo se va a adaptar la metodología y la evaluación según las circunstancias.

Aclaraciones sobre la evaluación de la convocatoria extraordinaria y convocatoria extraordinaria de finalización de estudios:

El examen será tipo test y desarrollo.

Criterios de calificación para la obtención de Matrícula de Honor:

Obtener una nota superior a 9.00 puntos. Se tendrá en cuenta asistencia a clase y la participación a la hora de asignar las posibles MATRICULAS DE HONOR disponibles

GUÍA DOCENTE

BIBLIOGRAFIA

1. Bibliografía básica

González Arnaiz, Graciano ; González López-Cotelo, Teresa. El asesor cultural en la empresa, Dykinson, 2015
López, Mariñelarena, Estibaliz. Marketing cultural, IC Editorial, 2015.
Palacios, Acero, Luis Carlos. Estrategias de creación empresarial (2a. ed.), Ecoe Ediciones, 2015.
Haghirian, Parissa. Successful Cross-Cultural Management : A Guide for International Managers, Business Expert Press, 2011.

2. Bibliografía complementaria

González, Arencibia, Mario. Globalización cultural en la era digital: retos socio-económicos, políticos e ideológicos, El Cid Editor, 2007.
Muñoz-Seca, Beatriz, ed. lit.; Riverola Pelayo, Jose´, ed. lit. Arte y eficiencia : el sector de la cultura visto desde la empresa,Baran~a´in Navarra : Universidad de Navarra, 2011
Recaman Mejía, Ana Lucía ; Ruiz Gutiérrez, Jaime Alberto. Organizaciones culturales y creativas: gerencia e implicaciones prácticas, Universidad de los Andes, 2019

CRITERIOS DE COORDINACIÓN

Capsulas de orientación
Fecha de entrega de trabajos
Realización de actividades

Las estrategias metodológicas y el sistema de evaluación contempladas en esta Guía Docente serán adaptadas de acuerdo a las necesidades presentadas por estudiantes con discapacidad y necesidades educativas especiales en los casos que se requieran.