

Ficha Técnica

Titulación:	Grado en Empresas y Actividades Turísticas		
Plan BOE:	BOE número 141 de 13 de junio de 2013		
Asignatura:	Creación y Dirección de Empresas		
Módulo:	Optativas		
Curso:		Créditos ECTS:	6
Tipo de asignatura:	Optativa	Tipo de formación:	Teórico-práctica

Presentación

La finalidad de esta asignatura es la de proporcionar formación al estudiante para que adquiera el conocimiento y desarrolle las habilidades necesarias para emprender la puesta en marcha de una empresa y gestionar el desarrollo posterior de la misma.

Competencias y resultados del aprendizaje

- CE8. Definir los objetivos comerciales de la empresa, desarrollar y tomar decisiones sobre las estrategias comerciales y establecer unas adecuadas políticas comerciales:

* Elaborar un plan de marketing y comercial de empresas y destinos turísticos en lo que respecta al análisis del entorno, definición de objetivos y estrategias comerciales.

* Diseñar en la práctica productos, precios, distribución y comunicación específicos.

- CE9. Ser capaz de aplicar a las empresas y organizaciones turísticas los principios básicos de dirección y gestión así como los distintos modelos de estructura organizativa que puedan adoptar:

* Aplicar a las empresas turísticas el enfoque de la actual dirección estratégica para llegar a la formulación e implantación de las estrategias más adecuadas a cada tipo de empresa turística.

* Planificar, organizar, dirigir, coordinar y controlar los distintos departamentos de las empresas turísticas.

Contenidos Didácticos

1. De la idea de negocio al plan de empresa
 - 1.1. Introducción
 - 1.2. Características que debe reunir la persona emprendedora y motivos para crear una empresa
 - 1.3. La elección del proyecto: idea de negocio
 - 1.4. Análisis previo de viabilidad de una idea de negocio: algunos conceptos generales relacionados con la financiación y la rentabilidad.
 - 1.5. El plan de empresa
 - 1.5.1. Una primera aproximación al plan de empresa

- 1.5.2. Para qué sirve el plan de empresa
- 1.5.3. Plan de empresa y viabilidad del negocio
- 1.5.4. Los elementos de un plan de empresa

- 2. Viabilidad económica-financiera de la empresa
 - 2.1. Introducción
 - 2.2. Gestión presupuestaria
 - 2.3. Fuentes de financiación
 - 2.3.1. Crédito bancario
 - 2.3.2. Descuento comercial
 - 2.3.3. Factoring
 - 2.3.4. Confirming
 - 2.3.5. Préstamos
 - 2.3.6. Leasing
 - 2.3.7. Renting
 - 2.4. La cuenta de resultados
 - 2.4.1. Estructura de la cuenta de resultados
 - 2.5. El presupuesto de tesorería
 - 2.5.1. Concepto y funciones
 - 2.5.2. Estructura del presupuesto

- 3. Estrategias de mercado y aproximación al marketing
 - 3.1. Introducción
 - 3.2. Segmentación del mercado
 - 3.2.1. Concepto y funciones
 - 3.2.2. Criterios de segmentación
 - 3.2.3. Proceso y estrategias de segmentación del mercado
 - 3.3. Investigación del mercado
 - 3.3.1. Análisis de la situación e investigación preliminar
 - 3.2.1. Planificación y realización de la investigación
 - 3.2.1.1. Objetivos de la investigación de mercado
 - 3.3.3. Interpretación y presentación de resultados
 - 3.4. Marketing
 - 3.4.1. Concepto de marketing
 - 3.4.2. Los elementos de la política de marketing: producto o servicio, distribución, comunicación y precio
 - 3.4.3. El plan de marketing

- 4. La franquicia: otra forma de crear empresa
 - 4.1. Aproximación al mundo de la franquicia
 - 4.2. Concepto de franquicia
 - 4.3. Características de la franquicia
 - 4.4. Ventajas e inconvenientes para franquiciador y franquiciado
 - 4.5. Clases de franquicia
 - 4.6. La elección de la franquicia
 - 4.6.1. El perfil del franquiciado y del franquiciador
 - 4.6.2. Investigar a fondo el negocio

- 4.7. El know-how
- 4.8. Los documentos básicos y manuales en la franquicia
 - 4.8.1. Manual de imagen corporativa y de adecuación del local
 - 4.8.2. Manual de procedimientos
 - 4.8.3. Manual económico-financiero
 - 4.8.4. Manual jurídico
- 4.9. El acuerdo de franquicia. El contrato
- 4.10. Extinción del contrato de franquicia

- 5. Tramites en la constitución de empresas
 - 5.1. Introducción
 - 5.2. Formas jurídicas para crear una empresa
 - 5.3. Trámites de constitución de empresas
 - 5.3.1. Empresario/a individual
 - 5.3.2. Colectividades sin personalidad jurídica: comunidad de bienes y sociedades civiles
 - 5.3.3. Sociedades mercantiles

- 6. Obligaciones fiscales
 - 6.1. Introducción
 - 6.2. Trámites de inicio de actividad
 - 6.2.1. Constitución de la sociedad
 - 6.2.2. Alta en el censo de empresarios y en el Impuesto sobre Actividades Económicas (IAE)
 - 6.2.3. Otros trámites
 - 6.3. Obligaciones fiscales asociadas al desarrollo de la actividad
 - 6.3.1. Impuesto sobre la Renta de las Personas Físicas
 - 6.3.2. Impuesto sobre Sociedades
 - 6.3.3. Impuesto sobre el Valor Añadido
 - 6.4. Comparativa Impuesto sobre la Renta de las Personas Físicas e Impuesto sobre Sociedades a través de un supuesto práctico
 - 6.4.1. La actividad empresarial se desarrolla por una persona física
 - 6.4.2. La actividad empresarial se desarrolla por una persona jurídica
 - 6.5. Incentivos fiscales de apoyo a los emprendedores
 - 6.5.1. De ámbito estatal
 - 6.5.2. De ámbito autonómico

- 7. Aspectos sociolaborales
 - 7.1. Introducción
 - 7.2. El sistema de la Seguridad Social: sujetos incluidos y excluidos
 - 7.3. Regímenes integrantes del sistema de la Seguridad Social
 - 7.3.1. Régimen General
 - 7.3.2. Régimen Especial de Trabajadores por Cuenta Propia o Autónomos (RETA)
 - 7.4. Trámites a realizar para la puesta en marcha de una empresa
 - 7.4.1. Ante la Tesorería General de la Seguridad Social (TGSS)
 - 7.4.2. Ante las Consejerías de Trabajo de las comunidades autónomas
 - 7.4.3. Ante la Inspección Provincial de Trabajo y Seguridad Social

8. Casos prácticos de emprendimiento: desde los comienzos hasta la aplicación de las nuevas tecnologías y la internacionalización

8.1. Introducción

8.2. Caso práctico número 1. Grupo Gestair: «la búsqueda incansable de nuevas oportunidades y la diversificación de actividades en el emprendimiento»

8.3. Caso práctico número 2. La Bruixa d'Or (la Bruja de Oro): «repartir ilusión por Internet»

8.4. Caso práctico número 3. SOFYTEC: «el sistema decisional de gestión de producción orientada al sector de la confección»

8.4.1. La idea

8.4.2. La empresa matriz

8.4.3. El entorno y el sector

8.4.4. El proyecto: presente y futuro

8.4.5. Las dificultades

8.4.6. El producto

8.4.7. El equipo

8.4.8. La innovación tecnológica

8.4.9. Aportaciones del Centro Europeo de Empresas e Innovación de Alcoy y el Proyecto de Empresas Innovadoras de Base Tecnológica

8.5. Caso práctico número 4. Can Jordana: «del huerto a casa en un clic»

8.6. Caso práctico número 5. Centro de Estudios Financieros (CEF) y Universidad a Distancia de Madrid (UDIMA): «génesis del CEF/UDIMA»

Contenidos Prácticos

Durante el desarrollo de la asignatura se realizarán las siguientes actividades prácticas:

- Resolución de problemas.
- Confección de un plan de empresa básico.
- Elaboración de informes.
- Valorar el efecto de la formación sobre las intenciones emprendedoras del alumno.

Evaluación

El sistema de evaluación del aprendizaje de la UDIMA contempla la realización de diferentes tipos de actividades de evaluación y aprendizaje. El criterio de valoración establecido se detalla a continuación:

Actividades de aprendizaje	10%
Controles	10%
Actividades de Evaluación Continua (AEC)	20%
Examen final presencial	60%
TOTAL	100%

Bibliografía

- Aceituno, P. Coord. (2015). *Creación y Gestión de Empresas*. Madrid: Ed. CEF.