

PROGRAMACIÓN DIDÁCTICA

CICLOS FORMATIVOS CURSO 2016 / 2017

MÓDULO: INICIACIÓN A LA ACTIVIDAD EMPRESARIAL (2 GPS)

DEPARTAMENTO: COMUNICACIÓN GRÁFICA Y AUDIOVISUAL

PROFESOR/A: ENRIQUE CASTILLO ANDRÉS

1. OBJETIVOS

1.1. GENERALES DEL CICLO.

Nuestro módulo trata de cumplir los siguientes objetivos generales:

- Adaptarse en condiciones de competitividad a los cambios tecnológicos y organizativos del sector.
- Buscar, seleccionar y utilizar fuentes de información y formación continua relacionadas con el ejercicio profesional.
- Comprender y aplicar el marco legal y normativo que regula y condiciona la actividad profesional.
- Valorar y aplicar los principios de la ética profesional en el desarrollo de la actividad profesional, su gestión y administración.
- Adquirir método y rigor en la presentación y defensa de una idea o un proyecto ante el cliente y/o equipo de trabajo.
- Valorar el trabajo como oportunidad de búsqueda y experimentación con formas, soportes y materiales, de creatividad, comunicación y expresión artística personal.

Nuestro módulo trata de conseguir en mayor medida la siguiente competencia profesional:

- Conocer y cumplir la normativa que regula la actividad profesional.

1.2. ESPECÍFICOS DEL MÓDULO.

1. Valorar la cultura emprendedora como fuente de creación de empleo y bienestar social.
2. Identificar los elementos más significativos del entorno de la empresa.
3. Reconocer la relevancia de la cultura empresarial en el desarrollo y mantenimiento de la institución.
4. Estudiar los diversos modelos de organización de empresas desde las escuelas clásicas hasta la actualidad. Observar los efectos producidos en el clima social interno y en el entorno empresarial en función de los modelos adoptados.
5. Tomar conciencia de la importancia del trabajo en equipo en las empresas o instituciones excelentes.
6. Analizar los elementos básicos para llevar a cabo el estudio de mercado y realizar pequeños estudios mediante técnicas de investigación de marketing.
7. Conocer los aspectos de marketing en relación al posicionamiento de los productos o servicios en el mercado.
8. Estudiar los comportamientos de compra del consumidor y de los grupos humanos.

9. Aprender a buscar los recursos necesarios para poner en marcha un negocio empresarial sirviéndose de todas las fuentes de información.
10. Llevar a cabo un estudio de viabilidad de la empresa desde el punto de vista económico-financiero.
11. Conocer los modelos jurídicos de de empresa eligiendo la más idónea en función al diseño de actividad empresarial.
12. Realizar el plan de empresa.

Con estos objetivos se adquirirán las correspondientes capacidades, destrezas y competencias.

1.3. OBJETIVOS MÍNIMOS

Se detallan en el Anexo final.

2. SECUENCIACIÓN DE LOS CONTENIDOS POR CURSO

2.1. CONTENIDOS GENERALES DEL MÓDULO.

1. El empresario. Capacidad para ser empresario. La cultura emprendedora: aptitudes y actitudes necesarias para el ejercicio del oficio o profesión. Innovación y creación. El desarrollo de la idea empresarial. Criterios y principios para la creación de la identidad de la empresa y de las marcas de los productos o servicios.
2. El trabajo autónomo. El Estatuto del Trabajo Autónomo y su ámbito de aplicación. Régimen profesional común del trabajador autónomo: derechos profesionales básicos. Protección de los derechos de propiedad intelectual del trabajador autónomo. Régimen profesional de los trabajadores autónomos económicamente dependientes.
3. El diseño de la organización y cultura de la empresa. Viejas y nuevas formas de organización. La estructura organizativa del siglo XXI. La cultura de la empresa y su influencia en la realización de objetivos empresariales La responsabilidad social de la empresa. La empresa como sistema: estudio del sistema interno y externo. Análisis del clima social. La planificación estratégica.
4. El mercado. Concepto. Estructura y delimitación del mercado. La influencia de los factores del macroentorno y el microentorno en las relaciones de intercambio entre empresa y mercado. La segmentación del mercado.
5. El consumidor. El grupo humano y su tipología La estructura de la experiencia social: socialización y tipos de orientación y relación. La acción social y la teoría de la elección racional. Enfoques de estudio del comportamiento de compra. La motivación, los deseos, la percepción y la formación. Las características demográficas, socioeconómicas y psicográficas del comprador.
6. El producto. Clasificación. Características del producto total. Cartera de productos. El producto nuevo. El proceso de difusión y adopción de productos. El ciclo de vida de los productos. Fijación del precio y distribución. Estrategias de marketing.

7. La distribución a través de la Red. La armonización internacional del comercio electrónico. Régimen jurídico del comercio electrónico en España. Medidas para la protección de los signos distintivos y los bienes inmateriales de la empresa. La resolución internacional de conflictos en materia de propiedad industrial.
8. Los servicios. Concepto de servicio y tipología de los servicios. Diferencia entre producto y servicio. La percepción del servicio por clientes y empleados. La entrega del servicio: canales de distribución. La fijación del precio de los servicios.
9. La búsqueda de los recursos económicos para la puesta en marcha del negocio. Las subvenciones. El Plan financiero: previsión de tesorería, la cuenta de resultados previsional y el balance previsional.
10. Formas jurídicas de empresas y responsabilidad social. El empresario individual. La comunidad de bienes. Sociedad colectiva y comanditaria. Sociedades limitadas y anónimas. Las empresas de economía social: cooperativas y sociedades laborales, las empresas de inserción.
11. Trámites para la constitución de una empresa. Trámites de constitución y puesta en marcha de la actividad. Organismos e instituciones asesoras para el inicio de la actividad. La ventanilla única empresarial.
12. Las obligaciones fiscales. Los impuestos que se han de pagar en función de la forma jurídica empresarial: El impuesto sobre la renta de las personas físicas y el impuesto de sociedades, el alta en el Impuesto de Actividades Económicas. Impuestos indirectos: el Impuesto sobre el Valor Añadido. Impuestos locales. El calendario fiscal. Documentos administrativos usados en la actividad empresarial.
13. Responsabilidad jurídica de la empresa. El marco jurídico de la competencia desleal. Las infracciones y sanciones de orden social. Responsabilidad civil y penal derivadas de la actividad empresarial.

2.2.DISTRIBUCIÓN DE LOS CONTENIDOS DE LA PROGRAMACIÓN POR UNIDADES DE TRABAJO.

Se detallan en el Anexo final de la programación.

2.3. DISTRIBUCIÓN TEMPORAL DE LOS CONTENIDOS.

El Decreto de Currículo establece un total de 54 horas. Estos objetivos y contenidos con que cumplir estos objetivos se desarrollarán en dos cuatrimestres. La temporalización de estos contenidos se hará de forma flexible según requiera el perfil y los intereses del alumnado.

Se prevé la siguiente distribución:

| | |
|----------------------|-------------------|
| Primer Cuatrimestre | Unidades de 1 a 5 |
| Segundo Cuatrimestre | Unidades de 6 a 9 |

La unidad 10, debido a su vertiente práctica y a la vinculación con el resto de unidades se irá trabajando a la vez que el resto. De este modo, el alumno irá realizando la parte práctica del Plan de Empresa a la vez que se trabaja cada unidad de trabajo relacionada.

Debido a la estrecha relación del módulo Iniciación a la Actividad Empresarial (IAE) y el bloque de Empresa del módulo FOL que se imparte en primer curso, existirá una coordinación con el profesor de tal módulo.

3. SISTEMA DE EVALUACIÓN. CRITERIOS, INSTRUMENTOS Y MOMENTOS DE EVALUACIÓN. INDICADORES DE EVALUACIÓN.

3.1. CRITERIOS GENERALES DE EVALUACIÓN DEL MÓDULO.

1. Conocer los requisitos o cualidades que han de observarse para ser empresario: formación empresarial y técnica, capacidad de organización y planificación, creatividad y capacidad para asumir riesgos, etc.
2. Diferenciar la actuación de un emprendedor como empresario o como autónomo económicamente dependiente.
3. Diseñar una idea o visión de negocio determinando la actividad a la que se va a dedicar la empresa, el producto o servicio que va a sacar al mercado y las claves de éxito de la futura empresa.
4. Tomar conciencia de la función social de la empresa e identifica el concepto de innovación y su relación con el progreso de la sociedad y el aumento de bienestar y calidad de vida de las personas.
5. Realizar un estudio del entorno general en relación a factores económicos, socioculturales, políticos, jurídicos o legales, tecnológicos, medioambientales, internacionales, etc.
6. Tener en cuenta los cambios y la dinámica del cambio en las sociedades complejas y el fenómeno de la globalización.
7. Estudiar el entorno específico en relación a variables como la competencia, los productos sustitutivos, proveedores y clientes.
8. Realizar un análisis DAFO.
9. Conocer los efectos que produce en la institución una cultura empresarial excelente teniendo en cuenta los factores internos y externos del entorno y la imagen corporativa de que se sirva la empresa.
10. Identificar los conceptos básicos sobre la responsabilidad social de la empresa y el balance social de la misma.
11. Diseñar medidas para asegurar la responsabilidad social de la empresa.
12. Conocer las viejas y nuevas formas de organización de la empresa.
13. Conocer la estructura organizativa de la empresa adecuada a nuestro proyecto de empresa. Elabora el organigrama.

14. Conocer las teorías y modelos sobre el clima social.
15. Conocer las formas de trabajar en equipo y los efectos en la organización, valorando las sinergias que produce la colaboración.
16. Conocer las ventajas del trabajo en equipo y la distensión del arco de control así como el ahorro de costes fijos y de producción.
17. Conocer los conceptos de mercado y su tipología y de marketing y sus funciones. Identificar conceptos de oferta y demanda.
18. Describir las fuentes de información directas e indirectas en el proceso de análisis del mercado.
19. Recopilar fuentes de información secundarias y realizar estudios mediante técnicas de investigación social analizando la información obtenida.
20. Describir los conceptos de marketing estratégico y marketing mix.
21. Determinar para el proyecto empresarial el producto o servicio que se va a desarrollar, las ventajas que aporta el producto respecto de los realizados por los competidores y estudiar los requisitos que ha de poseer desde el punto de vista legal tanto para su protección como para su comercialización.
22. Conocer los conceptos básicos sobre el producto, los servicios, las marcas y los modelos y la clasificación de los mismos.
23. Conocer las estrategias de marca, el ciclo de vida de los productos y el sistema de fijación del precio.
24. Conocer los procesos de adopción de los productos, la comunicación y distribución de los mismos eligiendo los canales idóneos para la información y comercialización.
25. Conocer el grupo y su tipología y los enfoques sobre el estudio del consumidor y las variables que intervienen en los procesos de compra.
26. Identificar los principales instrumentos de financiación.
27. Aprender a buscar las ayudas y subvenciones para la creación de empresas y lo incluye en el plan de empresa.
28. Realizar el plan financiero mediante la realización del plan de tesorería, la cuenta de resultados y el balance previsional.
29. Analizar los diversos modelos jurídicos de empresas.
30. Especificar la responsabilidad legal de los titulares en función del modelo legal elegido.
31. Diferenciar el tratamiento fiscal establecido para los modelos de empresas.
32. Valorar la función social de las empresas de economía social.
33. Llevar a cabo el plan de empresa partiendo de la idea de negocio y teniendo en cuenta el estudio de los contenidos del curso.

3.2 INSTRUMENTOS DE EVALUACIÓN.

Los instrumentos serán los siguientes:

1. REALIZACIÓN DE TEST Y CASOS PRÁCTICOS.
2. PRESENTACIÓN Y EJECUCIÓN DE TRABAJOS, se evaluará su presentación, proceso

de elaboración, el que se presente en tiempo y forma, así como la solución o soluciones propuestas.

3. REALIZACIÓN DE ACTIVIDADES ESCRITAS Y ORALES EN CLASE a través de la observación diaria del alumno en clase.

3.3. MOMENTOS DE EVALUACIÓN

La evaluación del aprendizaje del alumnado en el centro será inicial, continua y final.

-La **evaluación inicial** se realizará al comienzo de cada bloque temático. Las técnicas empleadas serán fundamentalmente cuestionarios previos, la dinámica de grupo denominada “tormenta de ideas”, lectura de artículos periodísticos o visión de fragmentos de películas y sus consiguientes debates.

-La **evaluación continua** se realizará durante el desarrollo de cada una de las Unidades. Las técnicas empleadas serán la observación continua, el registro de actividades realizadas, las intervenciones de los alumnos, su asistencia a clase, entre otras.

-La **evaluación final** se efectuará al finalizar una o varias Unidades. Las técnicas empleadas serán fundamentalmente exposición y defensa de trabajos realizados por los alumnos y pruebas de conocimientos teórico-prácticos.

3.4. INDICADORES DE EVALUACIÓN. Se detallan en el Anexo final de la programación.

3.5. PROCESO DE EVALUACIÓN PARA EL ALUMNADO QUE NO PUEDA SER EVALUADO POR EL PROCEDIMIENTO DE EVALUACIÓN CONTINUA.

“La aplicación del proceso de evaluación continua del alumnado requiere su asistencia regular a las actividades lectivas, así como al resto de las actividades programadas.” Con carácter general el alumno que supere el 20% de faltas de asistencia y no asista con regularidad a las actividades previstas no podrá ser evaluado por el procedimiento de evaluación continua.

Se pasará lista al comienzo de cada clase, haciendo constar como retraso al alumno que no se encuentre en ese momento en clase y falta de asistencia al alumno que llegue a clase 15 minutos después de haber comenzado esta. Dos retrasos equivalen a una falta de asistencia.

El alumno que haya perdido la evaluación continua hará una prueba teórico-práctica de los conocimientos impartidos a lo largo de curso en la evaluación final ordinaria de abril o, en caso de no presentarse a ésta o no superarla, en la evaluación ordinaria de septiembre. Esta prueba versará sobre los objetivos y contenidos en esta programación. Podrá consistir en tipo test o preguntas de desarrollo y prácticas para la parte que lo requiera.

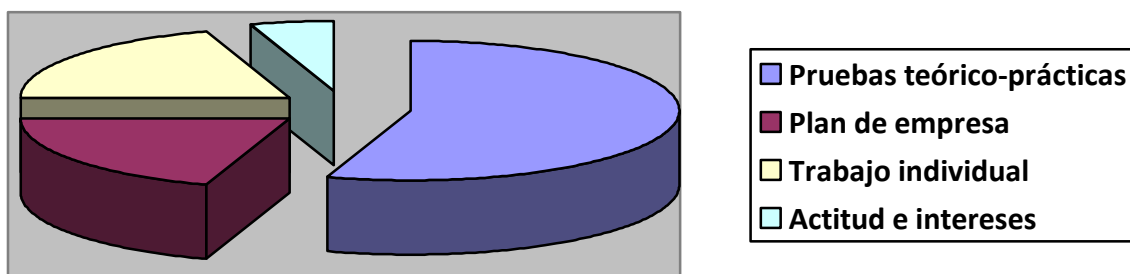
3.6. PROCEDIMIENTO DE EVALUACIÓN PARA EL ALUMNADO QUE NO SUPERE LA CONVOCATORIA ORDINARIA FINAL DE ABRIL Y DEBA ASISTIR A LA CONVOCATORIA ORDINARIA DE SEPTIEMBRE.

En estos casos el alumno deberá superar una prueba teórico-práctica que versará sobre los objetivos y contenidos de esta programación. Podrá consistir en tipo test o preguntas de desarrollo teóricas y prácticas.

4. CRITERIOS DE CALIFICACIÓN.

Se considerarán positivas las calificaciones iguales o superiores a 5 puntos en las pruebas correspondientes a los cuestionarios objetivos (pruebas teórico-prácticas). Si bien esta calificación no determina automáticamente la evaluación positiva del módulo, sino que establecen los siguientes criterios de calificación:

- Pruebas teórico-prácticas (conceptos): 75% (en el segundo cuatrimestre se calificará el 55% las pruebas teórico-prácticas y el 20% el plan de empresa).
- Trabajo individual (procedimientos, resúmenes, cuaderno de clase, ejercicios/problemas, juegos de simulación, trabajos de investigación): 20%
- Actitud e interés (actitudes y comportamiento): 5%



La nota de cada cuatrimestre será la media aritmética de todas las unidades trabajadas en ella. La nota final de la evaluación ordinaria de junio será la media aritmética de los dos cuatrimestres.

Las pruebas teórico-prácticas que se realicen a lo largo del curso se realizarán en una determinada fecha, si algún alumno no pudiera realizar dicha prueba, solamente se le

repetirá con justificante médico y consistirá en responder a diferentes preguntas de desarrollo

Todos los trabajos se presentarán en el momento indicado por el profesor pues si no, no se recogerán y, en consecuencia, se evaluarán y calificarán de forma negativa, salvo justificante médico.

5. SISTEMA DE RECUPERACIÓN.

En cuanto a las actividades de recuperación se estipula lo siguiente:

- 1- Para aquellos alumnos que no superen la primera evaluación se realizará una prueba de recuperación antes o después de la fecha de la primera evaluación.
- 2- Para aquellos alumnos que no superen la segunda evaluación se realizará una prueba de recuperación antes o después de la fecha de la segunda evaluación.
- 3- La superación del módulo requiere que la media aritmética de las dos evaluaciones sea como mínimo de 5.

Las pruebas de recuperación consistirán en ejercicios tipo test, preguntas cortas y/o casos prácticos.

ANEXO FINAL: UNIDADES DIDÁCTICAS (objetivos, contenidos e indicadores de evaluación).

UNIDAD DE TRABAJO 1: EL ESPÍRITU EMPRENDEDOR: LA IDEA DE NEGOCIO Y EL PLAN DE EMPRESA (6 sesiones).

OBJETIVOS

- Conocer el concepto del espíritu emprendedor.
- Identificar las cualidades del emprendedor.
- Conocer la evolución del concepto de empresario.
- Reconocer el papel de las empresas en la economía.
- Reconocer la importancia de la función de planificación.
- Distinguir los elementos del análisis estratégico.
- Conocer el entorno de la empresa.
- Clasificar los objetivos de la empresa.
- Conocer la Responsabilidad Social de la Empresa.
- Identificar las estrategias competitivas genéricas.

- Reconocer la importancia de la innovación.
- Entender la importancia de la creación de un plan de empresa.
- Conocer las pautas de redacción y exposición de un plan de empresa.

OBJETIVOS MÍNIMOS: TODOS

CONTENIDOS

- 1.1 El espíritu emprendedor.
- 1.2 El empresario.
 - 1.2.1 Evolución histórica de la figura del empresario.
 - 1.2.2 La visión actual del empresario.
- 1.3 La empresa: su papel en la economía.
- 1.4 La planificación: análisis estratégico.
 - 1.4.1 Análisis externo.
 - 1.4.2 Análisis interno.
- 1.5 La responsabilidad social de la empresa.
- 1.6 La idea de negocio.
- 1.7. Innovación y desarrollo económico.
- 1.8 ¿Por qué necesitamos realizar un plan de negocio o *business plan*?
- 1.9 Los apartados del plan de empresa.
- 1.10 Cómo escribir y exponer el plan de empresa.
 - 1.10.1 Escritura del plan de empresa.
 - 1.10.2 Exposición del plan de empresa.
 - 1.10.3 El *elevator pitch*.

PROCEDIMIENTO DE EVALUACIÓN

Al terminar esta unidad el alumnado será capaz de:

- Conoce el significado del espíritu emprendedor.
- Identifica las cualidades propias de un emprendedor.
- Conoce la evolución histórica de la figura del empresario.
- Comprende el papel de las empresas en las economías actuales.
- Comprende el significado de la empresa como sistema.
- Identifica los diferentes subsistemas de la empresa.
- Valora la importancia de los distintos tipos de innovación en la economía.
- Valora la importancia de la función de planificación.
- Conoce las etapas del proceso de planificación.
- Identifica los elementos del análisis estratégico.
- Aplica el análisis externo.
- Comprende los elementos del análisis interno.
- Conoce los distintos niveles de los objetivos de la empresa.
- Comprende el concepto de la Responsabilidad Social de la Empresa.
- Identifica las estrategias competitivas genéricas.
- Valora la importancia de la innovación en la economía.
- Redacta un guion para su plan de empresa.

- Investiga sobre nuevas ideas de negocio.

UNIDAD DE TRABAJO 2: LA CULTURA Y LA IMAGEN CORPORATIVA (5 sesiones).

OBJETIVOS

- Reconocer la importancia de la cultura de la empresa.
- Distinguir los factores que determinan la cultura corporativa.
- Conocer los canales de transmisión de la cultura.
- Diferencia entre diversos modelos de cultura organizativa.
- Conocer el concepto de imagen corporativa

OBJETIVOS MÍNIMOS: TODOS

CONTENIDOS

- 2.1. La cultura de la empresa
- 2.2. Los factores determinantes de la cultura
- 2.3. Mecanismos de transmisión de la cultura
- 2.4. Tipos de culturas organizativas
- 2.5. Imagen corporativa

PROCEDIMIENTO DE EVALUACIÓN

Al finalizar esta unidad, el alumnado demostrará que:

- Valora la importancia de la cultura de la empresa.
- Conoce los factores que determinan la cultura corporativa.
- Identifica los elementos del análisis estratégico
- Comprende los canales de transmisión de la cultura dentro de la empresa.
- Identifica los diversos tipos de cultura corporativa.
- Comprende el concepto de imagen corporativa.

UNIDAD DE TRABAJO 3: FORMAS JURÍDICAS DE LA EMPRESA (6 sesiones).

OBJETIVOS

- Distinguir entre personalidad física y jurídica.
- Conocer los requisitos legales de las diferentes formas jurídicas de las empresas.
- Valorar los criterios a la hora de tomar la decisión de montar una empresa, respecto a la elección de su forma jurídica.
- Identificar los distintos tipos de responsabilidad.
- Conocer las principales características de cada forma societaria, tales como capital mínimo, régimen fiscal, n.º de socios, etcétera.
- Escoger la forma jurídica más conveniente para nuestro proyecto empresarial.

OBJETIVOS MÍNIMOS: TODOS

CONTENIDOS

- 3.1.Las personas jurídicas y sus formas.
- 3.2.El empresario individual.
 - 3.2.1.El emprendedor de responsabilidad limitada.
- 3.3.Las sociedades.
 - 3.3.1.Sociedad no mercantil: comunidad de bienes.
 - 3.3.2.Sociedades personalistas.
 - 3.3.3.Sociedades de capital.
 - 3.3.4.Sociedades especiales.

PROCEDIMIENTO DE EVALUACIÓN

Los alumnos al terminar la Unidad de Trabajo se les evaluará identificando si:

- Se ha distinguido entre una persona física y una persona jurídica.
- Se ha analizado el grado de responsabilidad que implica la forma jurídica de empresario individual.
- Se ha definido los criterios para la elección de la forma jurídica.
- Se ha distinguido entre las sociedades mercantiles, las no mercantiles y las cooperativas.
- Se ha identificado las principales características de las sociedades. tales como capital mínimo, régimen fiscal, n.º de socios, etcétera.
- Se ha valorado qué forma jurídica sería la más conveniente para poner en marcha su proyecto empresarial.

UNIDAD DE TRABAJO 4: TRÁMITES PARA LA PUESTA EN MARCHA (5 sesiones).

OBJETIVOS

- Conoce la existencia y utilidad de los Puntos de Atención al Emprendedor y de la Ventanilla única Empresarial como ayuda del emprendedor.
- Conocer los trámites legales y documentales imprescindibles para crear una pequeña empresa, dotándola de personalidad jurídica propia y plena capacidad de obrar.
- Comprender los distintos formularios legales que exigen los organismos públicos en la constitución de una empresa según la forma jurídica, identificando su lugar de presentación.
- Distinguir entre los trámites que se deben realizar como empresa y aquéllos que se deben realizar como empresario autónomo.
- Diferenciar los distintos tipos de organismos y registros existentes.
- Conocer el asesoramiento y la ayuda que nos ofrecen las instituciones a la hora de poner en marcha una pyme.

OBJETIVOS MÍNIMOS: TODOS

CONTENIDOS

4.1 Trámites para crear una empresa. Los puntos de atención al emprendedor y la Ventanilla Única Empresarial.

4.1.1. Punto de Atención al Emprendedor (PAE).

4.1.2. Ventanilla Única Empresarial (VUE).

4.2. Trámites previos.

4.2.1. Certificación negativa de nombre.

4.2.2. Ingreso del capital social en una cuenta corriente.

4.2.3. Elaboración de los estatutos y otorgamiento de escritura pública ante un notario.

4.3.3. Solicitud del código de identificación fiscal (CIF).

4.3.4. Inscripción en el Registro Mercantil.

4.3. Trámites para el funcionamiento de una empresa.

4.3.1. Trámites ante la Agencia Tributaria.

4.3.2. Trámites ante el Ayuntamiento.

4.3.3. Trámites ante la Tesorería General de la Seguridad Social (TGSS).

4.3.4. Trámites ante la Dirección General de Trabajo.

4.3.5. Trámites ante el Servicio Público de Empleo Estatal (SEPE).

4.3.6. Trámites ante otros registros.

4.3.7. Trámites específicos.

4.4. Los viveros de empresa.

4.5. Crear una empresa en Internet.

PROCEDIMIENTOS DE EVALUACIÓN

Los alumnos al acabar esta Unidad de Trabajo se evaluarán identificando si:

- Se ha conocido la existencia y utilidad los Puntos de Atención al emprendedor y de la Ventanilla única Empresarial como agilizadores de trámites para el emprendedor.
- Se han analizado los trámites previos a la puesta en marcha de una empresa, distinguiéndolos de aquellos necesarios para el funcionamiento de la misma.
- Se conoce la existencia de las diferentes páginas web de las Administraciones Públicas que posibilitan la gestión telemática de dichos trámites.
- Se ha diferenciado los trámites que deben realizarse como forma societaria y los que corresponden al empresario autónomo.
- Se ha conocido el lugar donde radican todos los organismos en los que se han de realizar los diferentes trámites.

UNIDAD DE TRABAJO 5: CUENTAS ANUALES Y VIABILIDAD DE LA EMPRESA (8 sesiones).

OBJETIVOS

- Valorar la importancia de una Contabilidad ordenada siguiendo los principios del Plan General Contable.

- Distinguir entre el Plan general Contable para pymes y el general.
- Reconocer los principios contables del Plan General Contable para pymes.
- Enumerar las cuentas anuales obligatorias para las pymes.
- Conocer las distintas masas patrimoniales que componen un Balance.
- Conocer los libros obligatorios para la empresa.
- Elaborar el balance y cuenta de resultados de nuestra futura empresa.
- Conocer las técnicas básicas para el análisis patrimonial y financiero de nuestro plan de empresa.
- Valorar la importancia de la fidelidad en la realización de los documentos contables a la hora de conocer la futura viabilidad de nuestro negocio.
- Interpretar y analizar la información contable que nos proporcionan la cuenta de pérdidas y ganancias.

OBJETIVOS MÍNIMOS: TODOS

CONTENIDOS

- 5.1. Plan General Contable y Plan General Contable para pymes.
- 5.2. Información contable.
 - 5.2.1. Principios de contabilidad.
 - 5.2.2. Libros contables.
- 5.3. Patrimonio de la empresa.
 - 5.3.1. Representación del patrimonio: las cuentas.
 - 5.3.2. Normas de valoración del patrimonio.
- 5.4. Cuentas anuales.
 - 5.4.1. Balance.
 - 5.4.1.1. Cuenta de pérdidas y ganancias.
 - 5.4.2. Estado de cambios en el patrimonio neto en las pymes.
 - 5.4.3. Memoria.

PROCEDIMIENTO DE EVALUACIÓN

Los alumnos al terminar la Unidad de Trabajo serán capaces de:

- Se ha conocido la existencia de un Plan General contable para pymes.
- Se ha enumerado los principios contables que debe seguir una empresa a la hora de llevar su contabilidad.
- Se ha distinguido la existencia de las cuentas anuales que obligatoriamente deben llevar las pymes.
- Se han clasificado las distintas masas patrimoniales del balance.
- Se ha comprendido las diferentes situaciones financieras en las que puede encontrarse una empresa a través del fondo de maniobra.
- Se ha realizado un balance y una cuenta de pérdidas y ganancias.
- Se ha descrito las técnicas de análisis de la información contable, en especial en lo referente al análisis patrimonial y financiero del balance y al análisis económico de la cuenta de resultados.

- Se ha realizado un estudio de la viabilidad económica y financiera de su proyecto de empresa.

UNIDAD DE TRABAJO 6: OBLIGACIONES FISCALES Y ADMINISTRATIVAS DE LA EMPRESA (6 sesiones).

OBJETIVOS

- Conocer las distintas obligaciones que una empresa tiene con Hacienda a lo largo del año fiscal.
- Diferenciar los impuestos que afectan al empresario individual y los que afectan a las formas societarias.
- Describir el funcionamiento básico de los principales impuestos.
- Distinguir entre la cuota íntegra, la cuota líquida y la cuota diferencial de un impuesto.
- Conocer los tres métodos de estimación del rendimiento de actividades económicas en el IRPF.
- Calcular las cuotas tributarias de los impuestos más representativos.
- Identificar los modelos básicos para el pago de impuestos.
- Entender la dinámica del impuesto del IVA diferenciando entre las cuotas soportadas y las repercutidas.
- Conocer la existencia del régimen especial de recargo de equivalencia.
- Conocer el calendario fiscal de las sociedades y empresarios.
- Entender el funcionamiento de los principales documentos de cobro y pago que se utilizan en la actividad económica.
- Identificar los distintos documentos que deben elaborarse en una empresa.
- Cubrir todos aquellos documentos necesarios para el funcionamiento de una pequeña y mediana empresa, en especial el pedido, el albarán, la factura, el cheque, el recibo.
- Cumplir con todos los requisitos legales que se exigen a la hora de elaborar y cubrir dichos documentos.
- Identificar los elementos que obligatoriamente deben constar en una factura.
- Conocer la existencia de la factura electrónica y su implantación actual.
- Distinguir los diferentes tipos de cheque que pueden emplearse en las actividades económicas.
- Comprender la dinámica de la letra de cambio.
- Percibir la importancia de las obligaciones legales que se derivan de la aceptación de una letra de cambio.

OBJETIVOS MÍNIMOS: TODOS

CONTENIDOS

- 6.1. Principales impuestos que recaen sobre el empresario.
 - 6.1.1. Impuesto sobre la renta de las personas físicas (IRPF): rendimientos de actividades económicas.

- 6.1.2 Impuesto sobre Sociedades (IS).
- 6.1.3 Impuesto sobre el Valor Añadido (IVA).
- 6.1.4 Calendario del contribuyente.
- 6.2. Proceso básico de documentación de una compraventa.
 - 6.2.1 Pedido.
 - 6.2.2 Albarán.
 - 6.2.3 Factura.
 - 6.2.4 Recibo.
 - 6.2.5 Documentos de pago.

PROCEDIMIENTO DE EVALUACIÓN

Los alumnos al terminar la Unidad de Trabajo se evaluarán identificando si:

- Se han identificado los distintos impuestos y obligaciones fiscales que afectan a las actividades económicas.
- Se ha distinguido las diferentes formas de estimación del rendimiento neto en el IRPF (estimación directa normal, directa simplificada y objetiva).
- Se ha comprendido la mecánica básica para la determinación de la cuota diferencial en el IRPF.
- Se ha sintetizado el esquema de liquidación del Impuesto sobre Sociedades.
- Se ha analizado la dinámica para qué las empresas puedan deducir el IVA soportado minorándolo del IVA repercutido.
- Se ha entendido el funcionamiento del Régimen especial de recargo de equivalencia.
- Se ha confeccionado el calendario fiscal de una pyme para este año.
- Se ha cubierto los principales documentos de una compraventa para una pyme del sector, y se han descrito los circuitos que dicha documentación recorre en la empresa.
 - Se ha entendido la importancia de la conservación del albarán como prueba de la entrega del bien o la prestación de servicio.
 - Se ha analizado los distintos elementos que configuran por ley una factura.
 - Se ha distinguido entre los distintos tipos de cheque que existen en el tráfico mercantil.
 - Se ha comprendido los sujetos intervinientes en una letra de cambio.
 - Se ha entendido la responsabilidad que implica la aceptación de una letra de cambio.
 - Se ha analizado el endoso de una letra como fuente de financiación.

UNIDAD DE TRABAJO 7: FUENTES DE FINANCIACIÓN DE LA EMPRESA (7 sesiones).

OBJETIVOS

- Clasificar las fuentes financieras de la empresa y los medios o recursos financieros que se obtienen de ellas.

- Describir las distintas alternativas de financiación.
- Situar cualquier forma de financiación en la clasificación general.
- Explicitar las diferencias existentes entre las diversas fuentes financieras.
- Calcular el coste de diversos tipos de financiación.

OBJETIVOS MÍNIMOS: TODOS

CONTENIDOS

- 7.1 La empresa y las necesidades de financiación.
- 7.2 Financiación interna o autofinanciación.
 - 7.2.1 Autofinanciación de mantenimiento.
 - 7.2.2 Autofinanciación de enriquecimiento.
- 7.3 Financiación externa a corto plazo.
 - 7.3.1 Financiación de funcionamiento.
 - 7.3.2 Descuento de letras de cambio.
 - 7.3.3 Préstamos y créditos a corto plazo.
 - 7.3.4 *Factoring*.
- 7.4 Financiación externa a largo plazo.
 - 7.4.1 Préstamos a largo plazo.
 - 7.4.2 Ampliaciones de capital.
 - 7.4.3 Empréstitos.
 - 7.4.4 *Leasing*.
 - 7.4.5 *Renting*.
 - 7.4.6 Ayudas y subvenciones.
- 7.5 Financiación alternativa.
 - 7.5.1 *Business angels*.
 - 7.5.2 *Crowdfunding*.

PROCEDIMIENTO DE EVALUACIÓN

Al finalizar esta Unidad de Trabajo, el alumno demostrará que:

- Clasifica las fuentes financieras de la empresa y los medios o recursos financieros que se obtienen de ellas.
- Comprende las distintas alternativas de financiación.
- Identifica cualquier forma de financiación en la clasificación general.
- Comprende las diferencias existentes entre las diversas fuentes financieras.
- Calcula el coste de diversos tipos de financiación.

UNIDAD DE TRABAJO 8: MARKETING (5 sesiones).

OBJETIVOS

- Reconocer la importancia del marketing.
- Clasificar los mercados.
- Distinguir las diferentes fases de la investigación de mercados.

- Conocer las ventajas de la segmentación.
- Conocer los elementos del *marketing mix*.
- Reconocer la importancia de la política de producto.
- Conocer los diversos métodos de fijación de precios.
- Conocer los distintos instrumentos de promoción.
- Reconocer las funciones de la distribución.

OBJETIVOS MÍNIMOS: TODOS

CONTENIDOS

- 8.1 ¿Qué es el *marketing*?
- 8.2 El mercado.
- 8.3 Segmentación de mercados.
 - 8.3.1 Tipos de segmentación.
 - 8.3.2 Ventajas de la segmentación.
- 8.4 Posicionamiento del mercado.
- 8.5 El *marketing mix*.
- 8.6 Producto.
 - 8.6.1 Niveles del producto.
 - 8.6.2 Ciclo de vida del producto.
- 8.7 Precio.
- 8.8 Distribución.
 - 8.8.1 Canales de distribución.
 - 8.8.2 Funciones de los canales de distribución.
- 8.9 Comunicación.
 - 8.9.1 Venta personal.
 - 8.9.2 Publicidad.
 - 8.9.3 Relaciones públicas.
 - 8.9.4 Promoción.

PROCEDIMIENTO DE EVALUACIÓN

Al finalizar esta Unidad, el alumnado demostrará que es capaz de:

- Distingue los diversos tipos de utilidades que crea la función de marketing.
- Clasifica los distintos tipos de mercados.
- Identifica las fases de un estudio de mercado.
- Distingue los distintos tipos de segmentación de mercados.
- Comprende las ventajas de la segmentación.
- Identifica los elementos del *marketing mix*.
- Reconocer la importancia de la política de producto.
- Conoce las etapas del ciclo de vida de los productos.
- Aplica los diversos métodos de fijación de precios.
- Conoce los distintos instrumentos de promoción.
- Comprende las funciones de la distribución.
- Distingue los diversos canales de distribución.

UNIDAD DE TRABAJO 9: RECURSOS HUMANOS: NECESIDADES DEL PERSONAL EN LA EMPRESA. COMUNICACIÓN, LIDERAZGO Y MOTIVACIÓN (4 sesiones).

OBJETIVOS

- Identificar la necesidad de contratación de trabajadores en el inicio del proyecto empresarial.
 - Conocer el procedimiento para la correcta selección del personal.
 - Diseñar los puestos de trabajo y el perfil profesional de aquellos trabajadores que se van a contratar.
 - Reconocer las diferentes formas de organización de una empresa y la confección de los organigramas.
 - Identificar y calcular los costes que supone un trabajador para la empresa.
 - Aplicar la teoría del liderazgo en un ámbito empresarial.
 - Comprender que el liderazgo debe modificarse en función del nivel de madurez del equipo de trabajo.
 - Identificar a la motivación laboral como parte de la estrategia de la empresa en aras de una mejora en la cuenta de resultados.
 - Entender los efectos negativos que produce la desmotivación en el ámbito laboral.
- OBJETIVOS MÍNIMOS: TODOS

CONTENIDOS

- 9.1. Necesidad de personal y proceso de selección.
- 9.2. Coste del trabajador para la empresa.
- 9.3. El liderazgo.
 - 9.3.1. El liderazgo como conducta: La teoría de Blake y Mouton.
 - 9.3.2. El liderazgo desde un enfoque situacional.
- 9.4. La motivación.
 - 9.4.1. Teorías de contenido: La teoría de Abraham Maslow.
 - 9.4.2. Teorías de proceso: la teoría de Stacey Adams.

PROCEDIMIENTO DE EVALUACIÓN

Los alumnos al terminar esta Unidad, se evaluarán identificando si son capaces de:

- Se ha identificado la necesidad de contratar a trabajadores en el plan de empresa.
- Se ha diseñado los puestos y perfiles profesionales para seleccionar a dichos trabajadores.
- Se ha analizado los pasos necesarios para la selección de personal.
- Se ha calculado el coste de los trabajadores teniendo en cuenta los salarios del sector y la cotización a la Seguridad Social.
- Se ha identificado los distintos niveles de comunicación que se establecen en una empresa.

- Se ha entendido las posibles redes de comunicación que pueden formarse en la empresa.
- Se ha aplicado las diversas teorías del liderazgo en el ámbito empresarial.
- Se ha analizado las diversas teorías sobre motivación aplicables en el entorno laboral.

UNIDAD DE TRABAJO 10: EL PLAN DE EMPRESA (2 sesiones).

OBJETIVOS

- Saber elaborar y presentar de forma sistemática y ordenada un proyecto de empresa.
- Reconocer la importancia de elaborar un proyecto de empresa antes de iniciar una actividad empresarial.

OBJETIVOS MÍNIMOS: TODOS

CONTENIDOS

- 10.1. Presentación de la empresa y análisis de la idea de negocio: resumen ejecutivo
- 10.2. Presentación de los promotores.
- 10.3. Estrategia, ventaja competitiva y análisis DAFO.
- 10.4. Forma jurídica empleada.
- 10.5. Análisis de mercado.
- 10.6. Organización y producción de bienes y servicios.
- 10.7. Organización de los recursos humanos.
- 10.8. Plan de marketing y ventas.
- 10.9. Análisis económico y financiero y viabilidad de la empresa.
- 10.10. Financiación
- 10.11. Documentos de apertura y puesta en marcha.
- 10.12. Apéndice o anexos.

PROCEDIMIENTO DE EVALUACIÓN

Los alumnos al finalizar esta Unidad de Trabajo serán capaces de:

- Reconocer la importancia de elaborar un proyecto de empresa antes de iniciar una actividad empresarial.
- Comprender la utilidad y la necesidad de elaborar un proyecto de empresa.

En Cuenca, a 13 de Octubre de 2016