

Programación del módulo de Empresa e Iniciativa  
Emprendedora  
Ciclo Formativo de Grado Superior de Desarrollo de  
Aplicaciones WEB  
Profesora Lola Cañadas Giménez  
Curso 2012-2013

## Introducción

La **legislación** que regula el ciclo de Grado Superior de Aplicaciones Multiplataforma (DAM) y que nos ha servido de base para la elaboración de esta programación es la siguiente:

- El Real Decreto 686/2010, de 20 de mayo, que establece el título de Técnico Superior en Desarrollo de Aplicaciones Web y fija sus Enseñanzas mínimas y
- la ORDEN de 16 de junio de 2011, por la que se establecen las enseñanzas correspondientes al Título de Formación Profesional de Técnico Superior en Desarrollo de web en la Comunidad Autónoma de Andalucía.

La competencia general de este título consiste en desarrollar, implantar, y mantener aplicaciones web, con independencia del modelo empleado y utilizando tecnologías específicas, garantizando el acceso a los datos de forma segura y cumpliendo los criterios de accesibilidad, usabilidad y calidad exigidas en los estándares establecidos.

La Formación Profesional, en el ámbito del sistema educativo, tiene como finalidad la preparación del alumnado para la actividad en un campo profesional, proporcionándoles una formación polivalente que les permita adaptarse a las modificaciones laborales que pueden producirse a lo largo de su vida. Por lo tanto, la actividad docente cotidiana en el marco de la FP ha de tener como premisa fundamental la **incorporación del alumnado a la vida activa** bien mediante la inserción en el mercado laboral, o bien **creando su propio puesto de trabajo a través de la actividad emprendedora** que desemboca en el desarrollo de un proyecto empresarial; este proceso emprendedor constituye la razón de ser del módulo Empresa e Iniciativa Emprendedora.

Así pues, el módulo de **Empresa e Iniciativa Emprendedora** pretende proporcionar al alumnado la formación necesaria para:

1. El reconocimiento de las capacidades asociadas a la iniciativa emprendedora, analizando los requerimientos derivados de los puestos de trabajo y de las actividades empresariales.
2. La definición de la oportunidad de creación de una pequeña empresa, valorando el impacto sobre el entorno de actuación e incorporando valores éticos.
3. La realización de de las actividades para la constitución y puesta en marcha de una empresa, seleccionando la forma jurídica e identificando las obligaciones legales asociadas.
4. La realización de las actividades de gestión administrativa y financiera básica de una PYME, identificando las principales obligaciones contables y fiscales y cumplimentando la documentación.

En la **modalidad de enseñanza presencial**, a este módulo profesional le corresponden **84 horas de clase o lectivas**. En esta modalidad a distancia no es posible indicar una dedicación horaria para cada módulo, ya que esto depende del alumno o alumna, entre otros condicionantes, pero puede ser interesante considerar este número de horas como una referencia relativa y utilizarlo para baremar y comparar el tiempo necesario para su estudio.

El módulo se desarrolla en **ocho unidades didácticas**. El alumnado tendrá acceso a través de la plataforma a cada una de ellas sucesivamente y en los plazos estipulados en esta programación. Tendrá de esta manera acceso a sus contenidos, preguntas de autoevaluación, recursos, tareas... El aprendizaje será de forma autodidacta y contando siempre con el asesoramiento y seguimiento por parte de la profesora.

## Objetivos y capacidades generales

Al finalizar el módulo profesional de Iniciativa Emprendedora, las alumnas y alumnos deberán ser capaces de:

1. Conocer los factores que influyen en la actividad empresarial, desarrollar su propia filosofía empresarial, integrar preocupaciones sociales y ambientales y comprobar la eficacia social de la empresa.
2. Conocer el papel de la empresa en la sociedad moderna, identificar los elementos que posibilitan el funcionamiento de la empresa, distinguir motivaciones y habilidades del emprendedor, desarrollar el plan de recursos humanos y estructurar y ordenar su idea de negocio.
3. Identificar las inversiones empresariales con cada tipo de empresa, analizar el ciclo de explotación de la empresa, realizar las funciones propias del aprovisionamiento y valorar las existencias almacenadas tanto a nivel individual como de conjunto.
4. Comprender el papel del marketing en las sociedades modernas, diseñar y realizar el plan de marketing, investigar el mercado, estudiar variables que influyan en el desarrollo empresarial, concebir la estrategia de negocio, crear un mensaje publicitario eficaz, conocer las claves de la venta personal y entender el concepto de franquicia.
5. Conocer las fuentes de financiación y ayudas públicas.
6. Conocer las diferentes formas jurídicas de las empresas, sus trámites de constitución y sus ventajas o desventajas de cara al tipo de sociedad que queremos crear.
7. Conocer los conceptos de contabilidad, saber analizar la información contable y conocer la gestión administrativa de una empresa del sector.
8. Conocer las obligaciones fiscales de una empresa.

## Metodología y materiales didácticos

Cada una de las unidades didácticas presenta sus objetivos y criterios de evaluación y algunas orientaciones sobre cómo trabajarla. Dispondremos además de materiales didácticos como los siguientes:

1. Caso práctico
2. Contenido de la Unidad
3. Preguntas de autoevaluación insertadas en los contenidos.
4. Recursos y direcciones de internet que complementan y amplían los contenidos
5. Lecturas y películas recomendadas
6. Mapa conceptual
7. Foro de la unidad
8. Correo para enviar mensajes a la profesora o a compañeros
9. Examen on line

El avance por las distintas unidades del alumnado sólo está condicionado por la fecha de publicación efectiva en la plataforma, es decir, que al publicar cada unidad, ésta estará accesible para todo el alumnado, con independencia de su aprovechamiento en unidades anteriores

Recomendamos que se realicen todas las actividades de autoevaluación y los exámenes on line para comprobar el grado de comprensión de los conceptos. También es muy importante consultar los foros para conocer las instrucciones de la profesora respecto al tema así como las dudas y aportaciones de vuestros compañeros y realizar las intervenciones que consideréis

oportunas. Se suscitará el debate y la puesta en común de ideas respetando la pluralidad de opinión.

El alumnado, a través de los materiales que se le ofrecen a lo largo del curso, irá adquiriendo los conocimientos y capacidades necesarios para la superación de este módulo.

Se propiciará que el alumnado sea sujeto activo de su propio aprendizaje, intentando igualmente fomentar el trabajo y la participación.

Al tratarse de una enseñanza on-line se le ha dado importancia a la información obtenida a través de Internet, por lo que se ofrece un listado de direcciones donde podrás ampliar los conocimientos adquiridos y a la vez trabajar en algunas de las actividades propuestas.

## Secuenciación de unidades didácticas

El Módulo lo componen las ocho unidades didácticas:

1. Unidad didáctica 1: La empresa y su entorno.
2. Unidad didáctica 2: La iniciativa emprendedora.
3. Unidad didáctica 3: El plan de marketing.
4. Unidad didáctica 4: El plan de producción o de operaciones. El plan de prevención de riesgos.
5. Unidad didáctica 5: El plan de inversiones y el plan financiero.
6. Unidad didáctica 6: Clasificación jurídica de las empresas y trámites de constitución.
7. Unidad didáctica 7: Gestión administrativa.
8. Unidad didáctica 8: Gestión fiscal y contable.

Y lo que sigue es el contenido de las mismas:

Núm.	1	Título	LA EMPRESA Y SU ENTORNO
Objetivos Didácticos			<ol style="list-style-type: none"><li>1. Analizar el <b>concepto de empresa</b> y diferenciarlo de otros grupos o entidades sociales que no son empresas.</li><li>2. Determinar cuáles son los <b>elementos</b> de la empresa e identificarlos en una empresa concreta.</li><li>3. Diferenciar el <b>trabajo por cuenta propia del trabajo por cuenta ajena</b>.</li><li>4. Considerar el <b>autoempleo</b> como una opción de futuro en el ámbito de la administración de sistemas en red..</li><li>5. Valorar la importancia de la <b>organización empresarial</b></li><li>6. Analizar los <b>problemas medioambientales</b> de nuestra localidad, la relación de estos problemas con las empresas relacionadas con el ciclo y las posibles soluciones.</li><li>7. Tomar conciencia de que los recursos naturales no son ilimitados.</li><li>8. Adoptar posturas respetuosas y comprometidas con el medio ambiente.</li><li>9. Considerar como la finalidad principal de una cualquiera empresa la <b>satisfacción de las necesidades</b> de los clientes.</li><li>10. Valorar la importancia de los <b>clientes</b> fieles.</li></ol>

	<ol style="list-style-type: none"> <li>11. Analizar las <b>funciones</b> básicas que se realizan en una empresa</li> <li>12. Entender que la empresa es un <b>sistema</b> en el que se dan una serie de relaciones internas y externas.</li> <li>13. Analizar las <b>necesidades</b> que nos crean las empresas.</li> <li>14. Adoptar posturas <b>no consumistas</b>.</li> <li>15. Identificar los principales factores o componentes del <b>entorno general</b> de una empresa.</li> <li>16. Analizar la influencia en la actividad empresarial de las relaciones con los clientes, con los proveedores y con la competencia como principales integrantes del <b>entorno específico</b></li> <li>17. Analizar los conceptos de <b>cultura empresarial e imagen corporativa</b> y valorar su importancia y su relación con los objetivos empresariales.</li> <li>18. Analizar el fenómeno de la <b>responsabilidad social</b> de las empresas y su importancia como un elemento de la estrategia empresarial.</li> </ol>
Contenidos	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. La empresa</li> <li>2. Elementos de la empresa <ol style="list-style-type: none"> <li>2.1 Los elementos humanos</li> <li>2.2 Los elementos materiales</li> <li>2.3 La organización</li> </ol> </li> <li>3. Funciones de la empresa</li> <li>4. Finalidad de la empresa: la satisfacción de necesidades</li> <li>5. El entorno de la empresa</li> <li>6. El entorno general y específico</li> <li>7. La cultura empresarial y la imagen corporativa</li> <li>8. La ética empresarial</li> <li>9. La responsabilidad social de la empresa</li> <li>10. Estrategias para ser socialmente responsable</li> <li>11. El balance social</li> </ol>

Criterios de Evaluación	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Identificar qué es una empresa.</li> <li>2. Detectar los elementos de una empresa.</li> <li>3. Diferenciar el entorno general del específico.</li> <li>4. Trasladar al ámbito empresarial los conceptos de ética y responsabilidad social.</li> <li>5. Respetar al medio ambiente en la práctica empresarial.</li> <li>6. Se han descrito las funciones básicas que se realizan en una empresa y se ha analizado el concepto de sistema aplicado a la empresa.</li> <li>7. Se han identificado los principales componentes del entorno general que rodea a la empresa; en especial, el entorno económico, social, demográfico y cultural.</li> <li>8. Se ha analizado la influencia en la actividad empresarial de las relaciones con los clientes, con los proveedores y con la competencia como principales integrantes del entorno específico.</li> <li>9. Se han identificado los elementos del entorno de una pyme de informática.</li> <li>10. Se han analizado los conceptos de cultura empresarial e imagen corporativa, y su relación con los objetivos empresariales.</li> <li>11. Se ha analizado el fenómeno de la responsabilidad social de las empresas y su importancia como un elemento de la estrategia empresarial.</li> <li>12. Se ha elaborado el balance social de una empresa de informática, y se han descrito los principales costes sociales en que incurren estas empresas, así como los beneficios sociales que producen.</li> </ol>
-------------------------	---

Núm.	1	Título	TIPOS DE EMPRESAS
Objetivos Didácticos			<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Conocimiento de los principales <b>criterios para clasificar las empresas.</b></li> <li>2. Conocer las clasificaciones de las empresas.</li> <li>3. Análisis de las características que definen a cada <b>tipo de empresa.</b></li> <li>4. Detección de las ventajas e inconvenientes de la <b>Franquicia.</b></li> <li>5. Conocimiento de las repercusiones del fenómeno de la <b>globalización</b> económica y de las <b>multinacionales.</b></li> <li>6. Definición de la oportunidad de creación de una <b>pequeña empresa</b>, valorando el impacto sobre el entorno de actuación e incorporando valores éticos.</li> </ol>
Contenidos			<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Tipos de empresas</li> <li>2. Clasificación según la actividad económica</li> <li>3. Clasificación según el sector económico</li> <li>4. Clasificación según su dimensión</li> <li>5. Mención especial para las pymes</li> <li>6. Clasificación según el ámbito geográfico</li> <li>7. Clasificación según la titularidad del capital</li> <li>8. La franquicia</li> <li>9. Formas de concentración empresarial</li> </ol>

Criterios de Evaluación	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Identificar las diferentes clasificaciones de las empresas</li> <li>2. Saber encuadrar empresas en cada una de las clasificaciones.</li> <li>3. Identificar las repercusiones de la globalización y de las multinacionales.</li> <li>4. Incorporar valores éticos al entorno empresarial.</li> <li>5. Definir la oportunidad de creación de una <b>pequeña empresa</b>, valorando el impacto sobre el entorno de actuación e incorporando valores éticos</li> </ol>
-------------------------	---

Núm.	2	Título	LA INICIATIVA EMPRENDEDORA
Objetivos Didácticos			<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Identificación de las características básicas de una persona emprendedora.</li> <li>2. Detección y creación de ideas de negocio.</li> <li>3. Identificación de la necesidad de un plan de negocio, así como de las partes que lo componen.</li> </ol>
Contenidos			<ol style="list-style-type: none"> <li>1. QUÉ ES LA INICIATIVA EMPRENDEDORA?             <ol style="list-style-type: none"> <li>1.1. FORMAS DE EMPRENDER</li> </ol> </li> <li>2. EL PERFIL DE LA PERSONA EMPRENDEDORA             <ul style="list-style-type: none"> <li>- CAPACIDAD DE INNOVACIÓN</li> <li>- LIDERAZGO</li> <li>- MOTIVACIÓN</li> <li>- TRABAJO EN EQUIPO</li> <li>- RIESGO</li> <li>- CREATIVIDAD</li> <li>- FORMACIÓN</li> <li>- ÉTICA</li> </ul> </li> <li>3. LA IDEA: ¿EN QUÉ CONSISTIRÁ MI NEGOCIO? OPORTUNIDADES DE NEGOCIO             <ol style="list-style-type: none"> <li>3.1. SECTORES ESTRATÉGICOS EN ANDALUCÍA</li> <li>3.2. OCUPACIONES DE DIFÍCIL COBERTURA</li> </ol> </li> <li>4. EL PLAN DE NEGOCIO:             <ul style="list-style-type: none"> <li>- ¿Qué es un plan de negocio?</li> <li>- ¿Para qué sirve?</li> <li>- ¿Cómo se presenta? ¿Quién me ayuda a elaborarlo?</li> <li>- ¿Cuáles son sus principales apartados?</li> </ul> <p>Tu plan de negocio: la tarea que debes presentarnos</p> </li> </ol>

Criterios de Evaluación	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Se ha identificado el concepto de innovación y su relación con el progreso de la sociedad y el aumento en el bienestar de los individuos.</li> <li>2. Se ha analizado el concepto de cultura emprendedora y su importancia como fuente de creación de empleo y bienestar social.</li> <li>3. Se ha valorado la importancia de la iniciativa individual, la creatividad, la formación y la colaboración como requisitos indispensables para tener éxito en la actividad emprendedora.</li> <li>4. Se ha analizado la capacidad de iniciativa en el trabajo de una persona empleada en una pyme dedicada a la administración de sistemas informáticos en red.</li> <li>5. Se ha analizado el desarrollo de la actividad emprendedora de un empresario que se inicie en el sector de la informática.</li> <li>6. Se ha analizado el concepto de riesgo como elemento inevitable de toda actividad emprendedora.</li> <li>7. Se ha analizado el concepto de empresario y los requisitos y actitudes necesarios para desarrollar la actividad empresarial.</li> <li>8. Elaborar un proyecto de creación de una pequeña empresa o taller, analizando su viabilidad y explicando los pasos necesarios.</li> <li>9. Se ha descrito la estrategia empresarial relacionándola con los objetivos de la empresa.</li> <li>10. Se ha definido una determinada idea de negocio del ámbito de la administración de sistemas informáticos en red, que servirá de punto de partida para la elaboración de un plan de empresa.</li> <li>11. Se han analizado otras formas de emprender como asociacionismo, cooperativismo, participación, autoempleo.</li> <li>12. Se ha elegido la forma de emprender más adecuada a sus intereses y motivaciones para poner en práctica un proyecto de simulación empresarial en el aula y se han definido los objetivos y estrategias a seguir.</li> <li>13. Se han realizado las valoraciones necesarias para definir el producto y/o servicio que se va a ofrecer dentro del proyecto de simulación empresarial.</li> </ol>
-------------------------	---

Núm.	3	Título	EL PLAN DE MARKETING
Objetivos Didácticos			<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Valoración de la importancia de contar con un Plan de Marketing estratégico.</li> <li>2. Cómo dar a conocer nuestro producto.</li> <li>3. Diseño de la política de precios de mi empresa.</li> <li>4. Conocimiento de cómo distribuir los productos o servicios de nuestra empresa.</li> <li>5. Criterios de elección de técnicas de promoción y comunicación.</li> <li>6. Cómo decidir los medios de comunicación más adecuados para promocionar nuestro producto o servicio.</li> <li>7. Aplicación de las técnicas de relación con los clientes y proveedores, que permitan resolver situaciones comerciales tipo.</li> <li>8. Definición del servicio postventa de nuestro negocio.</li> <li>9. Descripción de los medios más habituales de promoción de ventas en función del tipo de producto y/o servicio</li> </ol>



Contenidos	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. INTRODUCCIÓN.</li> <li>2. POLÍTICA DE PRODUCTO.</li> <li>3. POLÍTICA DE PRECIOS.</li> <li>4. POLÍTICA DE DISTRIBUCIÓN.</li> <li>5. POLÍTICA DE COMUNICACIÓN.</li> <li>6. MEDIOS DE COMUNICACIÓN.</li> <li>7. LA GESTIÓN DE VENTAS Y ATENCIÓN AL CLIENTE.</li> <li>8. EL SERVICIO POSTVENTA.</li> </ol>
Criterios de Evaluación	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Elaborar un proyecto de creación de una pequeña empresa o taller, analizando su viabilidad y explicando los pasos necesarios (en los aspectos correspondientes al tema).</li> <li>2. Explicar los principios básicos de técnicas de negociación con clientes y proveedores, y de atención al cliente.</li> <li>3. Saber valorar la importancia de contar con un Plan de Marketing estratégico.</li> <li>4. Determinar las estrategias para dar a conocer nuestro producto.</li> <li>5. Saber diseñar la política de precios de mi empresa.</li> <li>6. Decidir cómo distribuir los productos o servicios de nuestra empresa.</li> <li>7. Conocer y saber elegir técnicas de promoción y comunicación.</li> <li>8. Decidir los medios de comunicación más adecuados para promocionar nuestro producto o servicio.</li> <li>9. Aplicar las técnicas de relación con los clientes y proveedores, que permitan resolver situaciones comerciales tipo.</li> <li>10. Saber definir el servicio postventa de nuestro negocio</li> <li>11. Saber describir los medios más habituales de promoción de ventas en función del tipo de producto y/o servicio.</li> </ol>

Núm.	4	Título	LA LOCALIZACIÓN DE LA EMPRESA. LOS PLANES DE: OPERACIONES, RECURSOS HUMANOS Y DE PREVENCIÓN DE RIESGOS
Objetivos Didácticos			<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Conocimiento de los criterios para realizar una adecuada ubicación de la empresa.</li> <li>2. Identificación de los fundamentos de la política de aprovisionamiento.</li> <li>3. Determinación de qué procesos deben darse dentro de la empresa para poder ofrecer el bien o servicio.</li> <li>4. Conocimiento de qué es la política de calidad.</li> <li>5. Valoración de la importancia de los recursos humanos en la empresa, así como identificar sus necesidades de organización.</li> <li>6. Detección de los riesgos laborales específicos de su sector de actividad.</li> </ol>

Contenidos	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Introducción.</li> <li>2. La Localización de la empresa.</li> <li>3. Plan de operaciones: <ol style="list-style-type: none"> <li>2.1 Aprovisionamiento.</li> <li>2.2. Plan de producción</li> <li>2.3. Política de calidad</li> <li>2.4. Organización de las tecnologías de la comunicación</li> </ol> </li> <li>4. Recursos Humanos <ol style="list-style-type: none"> <li>4.1 ¿Cómo se hace el Plan de Recursos Humanos? <ol style="list-style-type: none"> <li>4.1.1. El organigrama empresarial</li> <li>3.1.2. Seleccionar a las personas adecuadas.</li> </ol> </li> <li>4.2. ¿Dónde me puedo asesorar en la contratación de personal? <ol style="list-style-type: none"> <li>4.2.1. Organismos oficiales.</li> <li>4.2.2. Otras instituciones o empresas.</li> </ol> </li> </ol> </li> <li>5. El Plan de Prevención de riesgos. <ol style="list-style-type: none"> <li>5.1. Modalidades de organización de la prevención.</li> </ol> </li> </ol>
Criterios de Evaluación	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Elaborar un proyecto de creación de una pequeña empresa o taller, analizando su viabilidad y explicando los pasos necesarios (en los aspectos correspondientes al tema).</li> <li>2. Saber manejar los criterios para una adecuada ubicación de la empresa.</li> <li>3. Saber manejar las estrategias para el aprovisionamiento.</li> <li>4. Determinar los procesos que deben darse en la empresa.</li> <li>5. Saber qué es la política de calidad</li> <li>6. Valorar la política de recursos humanos en la empresa y aplicarla.</li> <li>7. Saber detectar los riesgos laborales específicos de su actividad.</li> <li>8. Identificar las modalidades de organización de la prevención.</li> </ol>

Núm.	5	Título	EL PLAN DE INVERSIONES Y EL PLAN FINANCIERO
Objetivos Didácticos		<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Diferencia entre gasto e inversión.</li> <li>2. Conocimiento de las distintas fuentes de financiación de la empresa.</li> <li>3. Distinción entre los distintos tipos de costes en los que puede incurrir una empresa.</li> <li>4. Conocimiento de las distintas herramientas con las que se cuenta para valorar la situación económica de la empresa.</li> <li>5. Valoración de la importancia de una adecuada planificación financiera y contable en la empresa.</li> <li>6. Análisis básico de la situación patrimonial y financiera de la empresa.</li> </ol>	

Contenidos		<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Introducción.</li> <li>2. Selección de Inversiones. <ol style="list-style-type: none"> <li>2.1 Gasto e Inversión.</li> </ol> </li> <li>3. Fuentes de Financiación. <ol style="list-style-type: none"> <li>3.1 Recursos propios.</li> <li>3.2. Recursos Ajenos</li> <li>3.3. Subvenciones y Bonificaciones</li> </ol> </li> <li>4. ¿Qué costes tendrá mi empresa? Análisis de Costes <ol style="list-style-type: none"> <li>4.1 Costes Fijos, Costes Variables y Coste Total</li> <li>4.2. Costes Directos y Costes Indirectos</li> </ol> </li> <li>5. ¿Y Cuándo recupero la inversión? Umbral de Rentabilidad.</li> <li>6. ¿Podremos hacer frente a los pagos? La Previsión de Tesorería.</li> <li>7. ¿Pérdidas o Beneficios? La Cuenta de Resultados Previsional.</li> <li>8. ¿Qué tenemos y qué debemos? El Balance de Situación. <ol style="list-style-type: none"> <li>8.1 El Fondo de Maniobra</li> </ol> </li> <li>9. Los Ratios. <ol style="list-style-type: none"> <li>9.1 Ratios de Rentabilidad</li> <li>9.1 Ratios Financieros</li> </ol> </li> <li>10. Problemas financieros más comunes</li> </ol>	
Criterios de Evaluación		<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Diferenciar entre gasto e inversión.</li> <li>2. Conocer las distintas fuentes de financiación de la empresa.</li> <li>3. Distinguir entre los distintos tipos de costes en los que puede incurrir una empresa.</li> <li>4. Conocer las distintas herramientas con las que se cuenta para valorar la situación económica de la empresa.</li> <li>5. Valorar la importancia de una adecuada planificación financiera y contable en la empresa.</li> <li>6. Saber hacer un análisis básico de la situación patrimonial y financiera de la empresa.</li> <li>7. Elaborar un proyecto de creación de una pequeña empresa o taller, analizando su viabilidad y explicando los pasos necesarios (en los aspectos correspondientes al tema).</li> </ol>	
<b>Núm.</b>	<b>6</b>	<b>Título</b>	<b>CLASIFICACIÓN JURÍDICA DE LAS EMPRESAS</b>
Objetivos Didácticos		<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Determinación de las características que definen cada tipo de empresa.</li> <li>2. Elección de la forma jurídica más adecuada para cada situación empresarial.</li> <li>3. Concienciación de las consecuencias que para una empresa tiene la elección de una forma jurídica.</li> <li>4. Identificación de los requisitos legales de constitución de cada forma jurídica.</li> <li>5. Contacto del alumno con la legislación mercantil vigente.</li> <li>6. Interpretación de los diferentes tipos de documentos necesarios para iniciar la actividad empresarial.</li> </ol>	

Contenidos

- **¿Tienen personalidad jurídica las empresas?**
- **La clasificación jurídica de las empresas**
  - ¿Cómo elegir la forma jurídica que más nos conviene?
  - ¿Qué factores debemos considerar para elegir la forma jurídica?
- **La empresa individual (I)**
  - La empresa individual (II)
  - Requisitos para ser empresario o empresaria individual
  - - Explicamos los requisitos
- **La comunidad de bienes y la sociedad civil**
  - Características de las comunidades de bienes y de las sociedades civiles
- **La sociedad de responsabilidad limitada (I)**
  - La sociedad de responsabilidad limitada (II)
- **La sociedad limitada nueva empresa. SLNE.**
  - Trámites de constitución de una SLNE
- **La Sociedad Anónima**
  - Ventajas e inconvenientes de la Sociedad Anónima
- **Empresas de economía social**
  - ¿Qué tipos de empresas de economía social debemos considerar?
  - - La sociedad laboral
  - - - ¿Cuándo conviene constituir una sociedad laboral?
  - - La sociedad cooperativa
- **Comenzamos con los trámites**
- **¿Cómo son los trámites?**
- **Trámites de constitución de sociedades**
  - Certificación negativa de denominación social (I)
  - - Certificación negativa de denominación social (II)
  - Depósito del capital en la entidad financiera
  - Elaboración de los Estatutos de la sociedad y otorgamiento de escritura pública de constitución
  - Liquidación y pago del I.T.P.A.J.D.
  - Solicitud del código de Identificación Fiscal (CIF)
  - Inscripción en el Registro Mercantil de la provincia
- **Trámites de puesta en marcha (I)**
  - Trámites de puesta en marcha (II)
  - - En la agencia estatal tributaria. Trámites fiscales
    - Trámites fiscales
    - En la Seguridad Social (I)
  - - - En la Seguridad Social (II)
  - - Trámites laborales
  - - En el Ayuntamiento (Administración local)
- **Trámites relativos a compra de local de negocio**
  - Trámites relativos a arrendamiento de local de negocio
- **Otros trámites: Registro de la propiedad industrial**

Criterios de Evaluación	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Se han analizado las diferentes formas jurídicas de la empresa.</li> <li>2. Se ha especificado el grado de responsabilidad legal de los propietarios de la empresa en función de la forma jurídica elegida.</li> <li>3. Conocer las características que definen cada tipo de empresa.</li> <li>4. Aprender a elegir la forma jurídica más adecuada para cada situación empresarial.</li> <li>5. Tomar conciencia de las consecuencias que para una empresa tiene la elección de una forma jurídica.</li> <li>6. Identificar los requisitos legales de constitución de cada forma jurídica.</li> <li>7. Familiarizar al alumno con la legislación mercantil vigente.</li> <li>8. Interpretar los diferentes tipos de documentos necesarios para iniciar la actividad empresarial.</li> <li>9. Elaborar un proyecto de creación de una pequeña empresa o taller, analizando su viabilidad y explicando los pasos necesarios (en los aspectos correspondientes al tema).</li> </ol>
-------------------------	--

Núm.	7	Título	LA GESTIÓN ADMINISTRATIVA DE LA EMPRESA
Objetivos Didácticos			<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Necesidad de los documentos específicos en la compraventa.</li> <li>2. Conocimiento de los requisitos legales de los documentos que reflejan las entradas y salidas de mercancía.</li> <li>3. Confección pedidos, albaranes, facturas, etc.</li> <li>4. Formalización de los documentos de pago y cobro derivados de operaciones comerciales.</li> </ol>
Contenidos			<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Introducción.</li> <li>1. Documentos de compraventa: el pedido, el albarán, la factura.</li> <li>2. Otros documentos: el ticket de venta, la factura de gastos, el recibo de portes, la nota de abono o rectificación.</li> <li>3. Documentos de pago y cobro: Recibo, cheque, letra de cambio y pagaré.</li> <li>4. Documentos obligatorios en las empresas.</li> </ol>
Criterios de Evaluación			<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Aprender la necesidad de utilizar determinados documentos en la compraventa.</li> <li>2. Conocer los requisitos legales de los documentos que reflejan las entradas y salidas de mercancía.</li> <li>3. Saber confeccionar pedidos, albaranes, facturas, etc.</li> <li>4. Saber formalizar los documentos de pago y cobro derivados de operaciones comerciales.</li> <li>5. Elaborar un proyecto de creación de una pequeña empresa o taller, analizando su viabilidad y explicando los pasos necesarios (en los aspectos correspondientes al tema).</li> </ol>

Núm.	8	Título	LAS OBLIGACIONES FISCALES DE LA EMPRESA.
Objetivos Didácticos			<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Descripción del proceso administrativo de la empresa.</li> <li>2. Valoración de la importancia de una gestión administrativa eficaz en la empresa.</li> <li>3. Determinación de la finalidad de cada uno de los documentos</li> </ol>

	<p>comerciales.</p> <p>4. Distinción los documentos de pago.</p> <p>5. Complimentación los documentos comerciales y de pago.</p>
Contenidos	<p>1. Introducción.</p> <p>2. ¿Qué tributos tengo que pagar?</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>○ ¿Qué impuestos se pagan en cada tipo de empresa?</li> <li>○ ¿Cuáles son las obligaciones fiscales? El Calendario Fiscal.</li> <li>○ El Impuesto sobre la Renta de las Personas Físicas (IRPF).</li> <li>○ El Impuesto de Sociedades (IS).</li> <li>○ El Impuesto sobre el Valor Añadido (IVA).</li> <li>○ Otros Tributos.</li> </ul> <p>3. ¿Cuáles son mis obligaciones contables?</p> <p>4. Las cuentas anuales de las PYMES.</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>○ El Balance y su análisis.</li> <li>○ La Cuenta de Pérdidas y Ganancias.</li> <li>○ El Estado de Cambios en el Patrimonio Neto.</li> <li>○ La Memoria.</li> </ul>
Criterios de Evaluación	<p>1. Saber describir el proceso administrativo de la empresa.</p> <p>2. Valorar la importancia de una gestión administrativa eficaz en la empresa.</p> <p>3. Comprender la finalidad de cada uno de los documentos comerciales.</p> <p>4. Distinguir los documentos comerciales y de pago.</p> <p>5. Saber complimentar los documentos comerciales Elaborar un proyecto de creación de una pequeña empresa o taller, analizando su viabilidad y explicando los pasos necesarios (en los aspectos correspondientes al tema).</p>

## Criterios y procedimientos de evaluación

Como instrumentos de evaluación se consideran los siguientes:

1. Participación en las diferentes herramientas de comunicación
2. La realización de las tareas que incluye cada unidad.
3. Los exámenes on line de cada unidad
4. Los exámenes presenciales (febrero y junio).

El proceso de evaluación se llevará a cabo a lo largo de todo el periodo que comprende el curso, siendo el resultado la media aritmética de la suma de una serie de componentes, ponderadas porcentualmente según el siguiente detalle:

Exámenes presenciales 45%

Tareas de las distintas unidades (valor medio) 35%

Exámenes Online de cada unidad (valor medio) 10%

Participación en foros y herramientas de comunicación 10%

**Exámenes presenciales:** para la evaluación se establecen dos pruebas presenciales, una de carácter voluntario en el mes de febrero (para eliminar materia) y otra obligatoria en el mes de junio.

**Tareas:** Para aprobar esta parte, la media aritmética de las tareas ha de ser 5 o superior. En relación a las tareas destacaremos que:

Existen unas fechas límite de entrega de las tareas de cada unidad didáctica, a partir de las fechas que se exponen a continuación no se corregirán tareas de las unidades señaladas:

Unidades 1, 2, 3 y 4: las tareas de estas unidades han de estar entregadas antes del día 4 de marzo.

Unidades 5, 6, 7 y 8: las tareas de estas unidades han de estar entregadas antes del día 7 de junio.

El alumnado dispone de dos envíos para cada tarea. Si en el primer envío, la tarea se suspendiera, podrá ser corregida, enviada y evaluada de nuevo. No se pueden hacer envíos de tareas para subir nota.

Durante los períodos no lectivos, como Navidad y Semana Santa se puede seguir trabajando y enviando tareas, pero el tiempo de espera para su corrección será más largo que durante el período lectivo.

Para aprobar el módulo se dispone de un total de **cuatro convocatorias**, a razón de una por año cursado. No existe convocatoria de septiembre. Es conveniente darse de baja de un módulo en las fechas previstas durante el curso si se considera que no se tienen posibilidades de superarlo en la convocatoria que se está cursando y para no perder una oportunidad.

**Los exámenes on line** se pueden realizar en tres 3 intentos, de los cuales la plataforma graba la nota más alta de todos los realizados.

## Temporalización

En función de lo anteriormente expuesto, las fechas previstas de aparición en la plataforma de cada unidad didáctica es la siguiente:

1. Unidad didáctica 1: 9 octubre 2012.
2. Unidad didáctica 2: 2 noviembre 2012.
3. Unidad didáctica 3: 30 de noviembre 2012.
4. Unidad didáctica 4: 21 de diciembre 2012.
5. Unidad didáctica 5: 8 febrero 2013.
6. Unidad didáctica 6: 4 marzo 2013.
7. Unidad didáctica 7: 29 de marzo 2013.
8. Unidad didáctica 8: 26 abril 2013

Se prevé la realización de **dos pruebas objetivas presenciales**, la primera de ellas en el mes de **febrero** y con carácter **voluntario y eliminatorio**. Ésta comprenderá **las 4 primeras unidades didácticas**.

La segunda prueba **obligatoria** se llevará a cabo al final del periodo lectivo, más o menos a mediados de **junio**. Abarcará las últimas 4 unidades didácticas para aquellos alumnos/as que hayan superado la prueba objetiva anterior, efectuada en el primer cuatrimestre, o bien, toda la materia para aquellos/as alumnos/as que no la hayan superado o realizado.

Existen, como hemos apuntado más arriba, unas **fechas límite de entrega de las tareas** de cada unidad didáctica, a partir de las fechas que se exponen a continuación no se corregirán tareas de las unidades señaladas:

Unidades 1, 2, 3 y 4: las tareas de estas unidades han de estar entregadas antes del **día 4 de marzo**.

Unidades 5, 6, 7 y 8: las tareas de estas unidades han de estar entregadas antes del día **7 de junio**

## **Bibliografía**

Existen en el mercado libros de texto de Empresa e Iniciativa Emprendedora de diferentes editoriales, dirigidos a los Ciclos de Grado Superior de Formación Profesional que pueden servirte de complemento a los contenidos que te aportamos a través de la plataforma o para ver el módulo desde otros puntos de vista.

Además, en cada una de las unidades didácticas se recomiendan libros, artículos, revistas, direcciones de Internet y películas relacionadas con el tema.