Universitat de Lleida

GUÍA DOCENTE

INICIACIÓN EMPRENDEDORA

Coordinación: SALADRIGUES SOLÉ, RAMON

Año académico 2016-17

INICIACIÓN EMPRENDEDORA 2016-17

Información general de la asignatura

Denominación	INICIACIÓN EMPRENDEDORA
Código	13053
Semestre de impartición	ANUAL EVALUACIÓN CONTINUADA
Carácter	Grado/Máster: Máster Universitario en Peritage, Evaluación y Análisis de Obras de Arte Curso: 1 Carácter: OPTATIVA Modalidad: Presencial
Número de créditos ECTS	6
Grupos	1GG
Créditos teóricos	3
Créditos prácticos	3
Coordinación	SALADRIGUES SOLÉ, RAMON
Departamento/s	ADMINISTRACIO D'EMPRESES I GESTIO ECONOMICA DELS RECURSOS NATURALS,HISTORIA DE L'ART I HISTORIA SOCIAL
Distribución carga docente entre la clase presencial y el trabajo autónomo del estudiante	48 h presenciales (en aula) / 102 Trabajo autónomo Total: 150 h (*) 1 crédito ECTS = 25 h de carga de Trabajo (estudiante)
Información importante sobre tratamiento de datos	Consulte este enlace para obtener más información.
Idioma/es de impartición	Català / Castellano
Distribución de créditos	48 h presenciales = 24 h Teóricas / 24 h Prácticas (Seminarios)

Profesor/a (es/as)	Dirección electrónica profesor/a (es/as)	Créditos impartidos por el profesorado	Horario de tutoría/lugar
ALONSO MARTÍNEZ, JOSÉ MANUEL	jmanuel@aegern.udl.cat	1	
ARGELICH GUTIÉRREZ, MARÍA ANTONIA	margelich@hahs.udl.cat	1	
CRISTÓBAL FRANSI, EDUARDO MARCOS	ecristobal@aegern.udl.cat	1	
RAMON MARQUES, NÚRIA	nuria.ramon@hahs.udl.cat	2	concertar tutoría a través de correo electrónico
SALADRIGUES SOLÉ, RAMON	ramon.saladrigues@aegern.udl.cat	1	

Información complementaria de la asignatura

Se trata de una asignatura de la **Materia 2. Arte y gestión de empresas relacionadas** que forma parte a su vez del **Módulo 2. Economía del Arte**.

Para el seguimiento de este módulo y su/s materia/s no hay que tener conocimientos previos sobre economía o gestión de empresas culturales, de ahí que en la definición de la/s materia/s aparezcan conceptos como “Iniciación” o “Aspectos” dado que se tratan de asignaturas introductorias y las sesiones presenciales adquieren frecuentemente forma de Taller / Seminario.

Objetivos académicos de la asignatura

- *Conocer y comprender el proceso de creación de empresas relacionadas con el mercado del arte y la gestión cultural.*
- *Ser capaz de formular y analizar ideas de negocio e identificar oportunidades para desarrollar nuevos negocios en el subsector de los servicios patrimoniales o artes visuales.*

Competencias

- **Básicas/generales**

CG2 Ser competente en habilidades de comunicación, particularmente en entornos de negocio.

- **Específicas**

INICIACIÓN EMPRENDEDORA 2016-17

CE8 Ser capaz de diseñar, crear, desarrollar y dirigir proyectos integrales de difusión y gestión del patrimonio histórico-artístico y saber identificar oportunidades profesionales y empresariales.

Contenidos fundamentales de la asignatura

En las economías actuales, siguen apareciendo nuevas oportunidades de negocio, también en el entorno específico del arte y la industria cultural, especialmente en relación con la gestión de colecciones, monumentos y patrimonio artístico en general. En este sentido, la figura del emprendedor deviene un elemento central en el programa formativo de este máster. El objetivo fundamental de esta asignatura es crear y fomentar inquietudes empresariales entre el alumnado y ayudarles a identificar y evaluar nuevas ideas de negocio. Los contenidos no sólo fomentan el carácter emprendedor y el desarrollo de la creatividad e innovación en un sector profesional específico, sino que responde a las necesidades actuales para creación de empresas —requisitos básicos y ayudas—, hasta llegar a elaborar una idea y/o plan de negocio. Para ello, se prestará especial atención a ideas que originaron bienes y servicios en el sector del arte y la industria cultural.

Temario:

Bloque 1. Iniciación Emprendedora (Profs. José Alonso, Eduard Cristobal Fransi y Ramon Saladrigues)

I. Introducción

El empresario emprendedor.Papel de los emprendedores y las Pymes en la economía.

II. La idea de negocio en el mundo de las artes y el patrimonio.

Entidades de apoyo a nivel local, autonómico, estatal y supranacional.

III. La puesta en marcha.

El proceso de creación de una empresa. Marco legal y forma jurídica de la empresa. La puesta en marcha. Trámites administrativos. Ejemplos prácticos.

IV. El plan de empresa.

Análisis del entorno. Plan estratégico y de operaciones, económico y financiero.Estructura legal. Dirección y control.

Bloque 2. Emprendimiento en el sector de la Cultura/Patrimonio (Prof. Nuria Ramon).

I. Introducción

Emprender en Patrimonio: El gestor cultural. La gestión cultural como profesión: el Historiador del Arte. El perfil del gestor cultural. Las funciones del gestor cultural. Las competencias del gestor cultural

II. Los recursos del gestor cultural

Los bienes culturales. Los servicios culturales. El gestor cultural y la administración. Herramientas básicas para el gestor cultural. Temporalización y optimización de recursos

III. Casos prácticos

Estudio de caso.

La participación de la Historia del Arte en la tutela del Patrimonio Histórico. Ámbitos de actuación y competencias profesionales.

Ejes metodológicos de la asignatura

Actividad formativa	Horas destinadas a la actividad formativa	Horas de presencialidad	Horas de trabajo autónomo
Teoría	24	24	-
Seminarios/Taller	96	24	72
Trabajo autónomo	24	-	24
Actividades tuteladas	4	4 (*)	
Actividades de síntesis	2	2 (*)	
Total Horas	**150 h**		

Sistema de evaluación

Evaluación Bloque I (60% del total).

Elaboración y presentación de un Plan de Negocios (90%)

Participación en clase (10%)

Evaluación Bloque II (40% del total)

Presentación de un trabajo práctico que versará sobre la presentación a concurso para la gestión de un Museo Local siguiendo los cauces de la Contratación en la Administración Local. El trabajo se defenderá en clase mediante exposición y, se presentará en soporte papel el mismo día de la exposición oral. Los alumnos podrán realizar la práctica en grupos de 2 ó 3 personas máximo.

Bibliografía y recursos de información

BLOQUE I

Alcaraz, Rafael (1995). *El emprendedor de éxito. Guía de planes de negocios.* Editorial Mc Graw Hill.

Alonso Martínez, Jose M. (2009). *Quadern de l'emprenedor. Guia per a l'elaboració del Pla d'empresa.* Centre Europeu d'Empreses i Innovació de Lleida.

Amat, Oriol; Chías, Josep;y otros (1996). *Emprender con éxito.* Ediciones Gestión 2000

Bermejo, Manuel y otros(1997). *La creación de la empresa propia.*Serie McGrawHill de Management

Blank, Steve i Dorf, Bob (2013): El manual del emprendedor, Ediciones Gestión 2000

Cámara de Comercio eIndustria de Madrid. (2002) *Guia para la Creación de empresas. 9ªEd.* Cámara de Comercio e Industria de Madrid.

Colomer i Espinet, Albert.CP'AC (1995). *Passos i costos per a laposada en marxa d'un projecte d'autocupació.* Direcció General d'Ocupació.

Genescà E., Urbano D.,Capelleras J. L., Guallarte C., & Vergés J. (2003). *Creación de empresas-*

Entrepreneruship: Homenaje al profesor José MaríaVeciana Vergés. Servei de Publicacions de la Universitat Autònomade Barcelona, Barcelona.

Gil, Mª Angeles; Giner, Fernando (2014). *Como crear y hacer funcionar una empresa. Conceptos e instrumentos.* Novena edición. ESIC Editorial.

Graw Isabelle (2015). ¿Cuánto vale el arte? Editorial Mardulce.

Manzanera, Antonio (2010): Finanzas para emprendedores, Ed. Deusto

Osterwalder, A.; Pigneur, Y. (2011), Generación de Modelos de Negocio, Deusto S.A. Ediciones.

Quico Marín (2011). Elaboración del Plan de Marketing. Aplicación en Excel. BRESCA. Profit Editorial. Barcelona.
Rubio, Isabel; Ollé, Montserrat; y otros (1999). *Emprender con éxito II.* Foro Gestión Valencia

Sainz de Vicuña, Jose Maria (2015). El plan de Marketing digital en la práctica. ESIC Editorial.

Trias de Bes, F. (2007). El libro negro del Emprendedor; no digas que nunca te lo advirtieron. Barcelona, Empresa Activa.

Urbano, D. (2006): *La creación de empresas en Catalunya: Organismos de apoyo y actitudes hacia la actividad emprendedora.* Barcelona: CIDEM. Departamento de Trabajo e Industria. Generalitat de Catalunya.

Veciana Vergés J. M. (2005). *La creació d'empreses. Un enfocament gerencial.* Col·lecció Estudis Econòmics Num.33. Servei d'Estudis La Caixa,Barcelona.

Westwood John (2016). Preparar un plan de Marketing. BRESCA. Editorial Profit. Miguel

BLOQUE II

Bastons, M, Panosa, M. Isabel y Peig, Concha. *Perfils professionals de la gestió cultural*. Institut Català de Noves Professions: Departament d'Ensenyament, Barcelona, 2000.

Bonet, L., Castañer, X. y Font, J. (ed.). *Gestión de proyectos culturales: análisis de casos*. Ed. Ariel, Barcelona, 2001.

Chong, Derrick. *Arts management*. London; New York: Routledge, 2002.

Ramos, Hidalgo y Ponce, Gabino (Eds.). *Cambio social y gestión cultural*. Museo Universidad de Alicante: Universidad de Alicante, 2001.

Roselló i Cerezuela, David. *Diseño y evaluación de proyectos culturales*. Ed. Ariel, Barcelona, 2005.

VV.AA. *El gestor cultural i les cultures perifèriques: els àmbits públic i privat en la gestió cultural: jornades de reflexió*. Direcció General de Cultura, Palma de Mallorca, 2003.