GUIA DEL ENUNCIADO DEL PROYECTO

Partimos del enunciado, donde tenemos los requerimientos que son productos finales. Y esos productos finales, en la mayoría de los casos, no tienen porqué llevar el orden de su ejecución.

El objetivo de la guía de uso, es explicar qué contenidos se han de explicar en cada requerimiento y cuál puede ser el orden.

APARTADO 1.- Lo primero que podemos hacer es escribir el enunciado y marcar con un número identificativo cada requerimiento.

ENUNCIADO

Pequeña descripción

El **punto de partida** del siguiente proyecto consiste en la creación de cuatro empresas que se puedan interrelacionar entre ellas para poder llevar a cabo transacciones comerciales dentro de un mercado específico. Esta decisión será tomada por la totalidad de los alumnos/as que integran el grupo clase.

Este proyecto será preparativo para la realización del P2 y P3.

El siguiente mapa conceptual explica una idea general de la relación que podría existir entre las mismas:

Plan de Recuperación, Transformación y Resiliencia
Financiado por la Unión Europea NextGenerationEU
BY-SA

El proyecto se debe poner en marcha de acuerdo con las siguientes partes:

REQUERIMIENTOS DEL PROYECTO

DEFINICIÓN DEL MERCADO **(1)**

- Ámbito de actividad y Normativa vigente **(1.1.) M9R2**
- Modelo de negocio **(1.2.) M9R1**
- Estructuras de implantación comercial **(1.3.) M10R1**
- Grupos de interés **(1.4.) M10R2**

ESTRUCTURA INTERNA **(2)**

- Funciones básicas **(2.1.) M3R6**
- Gestión de personal: responsabilidades **(2.2.) M3R6**
- Organigrama **(2.3.) M3R6**

CIRCUITO COMERCIAL **(3)**

- Creación del circuito comercial interno **(3.1.) M11R2**
- Confección de la documentación de compra y venta **(3.2.) M2R2**
- Métodos y sistemas informáticos previstos **(3.3.) M10R3**

PROTOCOLOS **(4)**

- Canales de comunicación **(4.1.) M1R1**
- Gestión de pedidos **(4.2.) M2R2**

Memoria:

- Informe descriptivo
- Mapas de procesos
- Taules i raonaments

GESTIÓN DEL PROYECTO

- Trello del proyecto
- Trabajo en grupo

BY-SA

DURACIÓN DEL PROYECTO: 30 horas

APARTADO 2. - CRONOGRAMA DEL PROYECTO

Como el proyecto tiene un total de 150 horas, haremos un cronograma por horas. En el cronograma indicaremos el inicio y final del requerimiento.

Requerimiento Sub Requerimiento

	Horas																												
Requerimientos	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	16	17	18	19	20	21	22	23	24	25	26	27	28	29	30
1.																														
1.1																														
1.2																														
1.3																														
1.4																														
2																														
2.1																														
2.2.																														
2.3																														
3																														
3.1																														
3.2																														
3.3																														
4																														
4.1																														
4.2																														

GOBIERNO DE ESPAÑA MINISTERIO DE EDUCACIÓN Y FORMACIÓN PROFESIONAL
Plan de Recuperación, Transformación y Resiliencia
Financiado por la Unión Europea NextGenerationEU
BY-SA

APARTADO 3.- Indicaremos cuál son los **criterios de evaluación** y **el contenido** que queremos conseguir con la explicación en cada requerimiento:

DEFINICIÓN DEL MERCADO (1)

- **Ámbito de actividad y Normativa vigente (1.1.)**

Explicación del ámbito de actividad y normativa vigente.

M9R2	Identifica el concepto de empresa y empresario analizando su forma jurídica y la normativa a la que está sujeto.
	Criterios de evaluación
a)	Se ha conceptualizado el mercado de referencia
b)	Se ha definido la metodología general
c)	Se ha detallado la cartera de actividades de la empresa
d)	Se ha expuesto la normativa a la que la empresa está sujeta
e)	Se han contrastado las características de la forma jurídica de la empresa con las necesidades empresariales.
	Contenidos
1.	Principios generales de mercado interior
2.	Productos y/o servicios intercambiables en el mercado.
3.	Formas jurídicas
4.	Normativa comercial y fiscal vigente
5.	Categorías de clientes y proveedores.

- **Modelo de negocio (1.2.)**

Explicación del Modelo de negocio.

M9R1	Describe las características inherentes a la innovación empresarial relacionándolas con la actividad de creación de empresas.
	Criterios de evaluación
a)	Se ha descrito la propuesta de valor
b)	Se ha delimitado un segmento de clientes
c)	Se han sintetizado los canales de distribución
d)	Se han diseñado las actividades clave
e)	Se ha establecido la red de *partners* (socios estratégicos)
f)	Se ha sintetizado la estructura de costes
	Contenidos
1.	Elementos del modelo de negocio
2.	Modelo Canvas
3.	Mapa de empatia
4.	Estructura de costos
5.	Fuentes de ingresos

BY-SA

- **Estructuras de implantación comercial (1.3.)**

Explicación de las estructuras de implantación comercial.

M10R1	Identifica las características del proyecto de empresa creada en el aula tomando parte en la actividad que esta desarrolla.
	Criterios de evaluación
a)	Se han identificado las características internas y externas de la empresa creada.
b)	Se han elegido los elementos que constituyen la red logística de la empresa creada: proveedores, clientes, sistemas de producción y/o comercialización, almacenaje,...
c)	Se han sintetizado los procedimientos de trabajo en el desarrollo del proceso productivo o comercial.
d)	Se han definido clientes y proveedores y su posible influencia en el desarrollo de la actividad empresarial.
e)	Se ha integrado la empresa creada con el sector.
f)	Se ha resumido la estructura organizativa de la empresa.
	Contenidos
1.	Modelo B2B y B2C.
2.	Estructuras y organizaciones empresariales.
3.	Elementos de una red logística.
4.	Proceso de implantación comercial.

- **Grupos de interés (1.4.)**

Explicación de los principales grupos de interés

M10R2	Transmite información entre las distintas áreas y a clientes internos y externos de la empresa creada en el aula reconociendo y aplicando técnicas de comunicación.
	Criterios de evaluación
a)	Se han identificado los grupos de interés existentes en el mercado específico
b)	Se ha utilizado la forma y técnicas adecuadas en el tratamiento de los grupos de interés
c)	Se han establecido protocolos y canales de comunicación entre los diferentes grupos de interés existentes en el mercado específico.
d)	Se ha establecido un sistema de control sobre la información relativa a las consultas de los clientes.
e)	Se han establecido cuáles son las técnicas de negociación básicas con clientes y proveedores.
	Contenidos
1.	Protocolos de comunicación con grupos de interés: empleados, clientes, proveedores, Administraciones públicas, competencia.
2.	Técnicas de recepción de mensajes orales y escritos
3.	Técnicas de respuesta de mensajes orales y escritos
4.	Comunicación empresarial escrita más habitual. El correo electrónico

BY-SA

ESTRUCTURA INTERNA (2)

- **Funciones básicas (2.1.)**
- **Gestión de personal: responsabilidades (2.2.)**
- **Organigrama (2.3.)**

Explicación de los fundamentos básicos sobre la estructura interna de las organizaciones: funciones básicas, gestión de personal y organigrama interno.

M3R6	**Aplica procedimientos de calidad, prevención de riesgos laborales y protección ambiental en las operaciones administrativas de recursos humanos reconociendo su incidencia en un sistema integrado de gestión administrativa.**
	Criterios de evaluación
a)	Se ha valorado la integración de los procesos de recursos humanos con otros procesos administrativos.
b)	Se han aplicado las normas de prevención de riesgos laborales en el sector.
c)	Se han aplicado los procesos para minimizar el impacto ambiental de su actividad.
d)	Se ha resumido la estructura interna de empleados a través de un organigrama
e)	Se han establecido las responsabilidades de los puestos de trabajo generados en la empresa.
	Contenidos
1.	Funciones del departamento de recursos humanos.
2.	Políticas de gestión del capital humano en la empresa
3.	Elaboración de la documentación relativa a las Incidencias en la relación laboral
4.	Políticas de gestión del capital humano en la empresa.
5.	Organigrama

CIRCUITO COMERCIAL (3)

- **Creación del circuito comercial interno (3.1.)**

Explicación del circuito comercial interno.

M11R2	**Aplica las estrategias del trabajo en equipo, valorando su eficacia y eficiencia para la consecución de los objetivos de la organización.**
	Criterios de evaluación
a)	Se han valorado las ventajas de trabajo en equipo en situaciones de trabajo.
b)	Se han identificado los equipos de trabajo.
c)	Se han determinado las características de los equipos de trabajo y se han formulado estrategias para la puesta en marcha.
d)	Se ha representado esquemáticamente cómo la empresa administra todos sus recursos humanos.
e)	Se han simulado situaciones excepcionales y se han planificado protocolos de respuesta frente a estas.
	Contenidos
1.	Gestión comercial interna
2.	Mapa de gestión
3.	Modelo corporativo
4.	Incidencias: características, fuentes y etapas.
5.	Procedimientos para la resolución de incidencias.

CC BY-SA

- **Confección de la documentación de compra y venta (3.2.)**

Explicación de la documentación utilizada en el proceso de compraventa comercial.

M2R2	Confecciona documentos administrativos de las operaciones de compraventa, relacionándolos con las transacciones comerciales de la empresa.
	Criterios de evaluación
a)	Se han reconocido las funciones del departamento de ventas o comercial y las del de compras.
b)	Se han descrito los circuitos de los documentos de compraventa.
c)	Se han identificado los conceptos de precio de compra del producto, gastos, precio de venta, descuentos, interés comercial, recargos y márgenes comerciales.
d)	Se ha descrito el procedimiento para la gestión de pedidos
	Contenidos
1.	Objetivos de la empresa.
2.	Tipos de empresas y modelos de actividad.
3.	Formas de organización comercial de la empresa.
3.	Sistema de comercialización.
4.	Canales de venta

- **Métodos y sistemas informáticos previstos (3.3.)**

Explicación de los sistemas informáticos usados por las empresas en relación al registro de su actividad.

M10R3	Organiza información explicando los diferentes métodos manuales y sistemas informáticos previstos.
	Criterios de evaluación
a)	Se han diferenciado los soportes más apropiados en función de los criterios de rapidez, seguridad, y confidencialidad.
b)	Se han clasificado las tipologías más habituales de documentos dentro de la empresa según su finalidad.
c)	Se ha redactado el documento apropiado, cumpliendo las normas ortográficas y sintácticas en función de su finalidad y de la situación de partida.
d)	Se han utilizado las aplicaciones informáticas de procesamiento de textos o autoedición.
e)	Se han cumplimentado los libros de registro de entrada y salida de correspondencia y paquetería en soporte informático y/o convencional.
	Contenidos
1.	Aplicaciones informàticas de gestión contable
2.	Aplicaciones informàticas de gestión comercial
3.	Aplicaciones informàticas de gestión laboral
4.	Hoja de càlculo EXCEL
5.	Procesador de textos WORD
6.	Clasificación de documentos y còpias de seguridad o almacenamiento en nube

BY-SA

PROTOCOLOS (4)

- **Canales de comunicación (4.1.)**

Explicación de los canales de comunicación de acuerdo con las actividades desarrolladas.

M1R1	Selecciona técnicas de comunicación, relacionándolas con la estructura e imagen de la empresa y los flujos de información existentes en ella.
	Criterios de evaluación
a)	Se ha valorado la necesidad de comunicación interna y externa de los grupos de interés en el mercado específico
b)	Se han distinguido los elementos y procesos que intervienen en la comunicación
c)	Se han establecido protocolos de respuesta frente a las barreras de comunicación que pudieran haber
d)	Se ha determinado la mejor forma a la hora de presentar el mensaje
e)	Se ha determinado la comunicación de acuerdo con la imagen y la cultura de empresa
f)	Se han determinado los flujos de información y el canal de información tanto dentro como fuera de la empresa según el destinatario del mensaje.
	Contenidos
1.	Elementos de la comunicación
2.	Comunicación, información y comportamiento
3.	Flujos de información
4.	La comunicación interna en la empresa: comunicación formal e informal.
5.	La comunicación externa en la empresa. La publicidad y las relaciones públicas.

- **Gestión de pedidos (4.2.)**

Explicación sobre procedimientos para la gestión de pedidos.

M2R1	Calcula precios de venta y compra y descuentos aplicando las normas y usos mercantiles y la legislación fiscal vigente.
	Criterios de evaluación
a)	Se han identificado los documentos básicos de las operaciones de compraventa, precisando los requisitos formales que deben reunir.
b)	Se ha reconocido el contrato mercantil de compraventa.
c)	Se han descrito los flujos de documentación administrativa relacionados con la compra y venta, habituales en la empresa.
d)	Se ha identificado el proceso de recepción de pedidos y su posterior gestión.
e)	Se han reconocido los procesos de expedición y entrega de mercancías.
f)	Se ha verificado que la documentación cumple con la legislación vigente y con los procedimientos internos de la empresa.
g)	Se ha identificado la información que debe ser registrada en las operaciones de compraventa.
	Contenidos
1.	Precio de compra, precio de venta, margen comercial, beneficio, gastos de compra y gastos de venta.
2.	Descuentos. Intereses y recargos. Comisiones y correcciones.
3.	Cálculos comerciales básicos en la facturación y de precios unitarios.
4.	Cálculos de pago-cobro aplazado o avanzado.
5.	Gestión y negociación de documentos cobro

BY-SA