

Tercera Part

Tema 7 FACTORS D'ÈXIT I FRACÀS DE LES NOVES EMPRESES

1. Definicions d'èxit i fracàs de noves empreses.
2. Criteris genèrics per valorar el possible èxit d'una empresa.
3. La relació entre els promotors i l'organització del treball a l'interior de l'empresa.
4. La problemàtica específica de les PIMES.

Tema 8 POLÍTIQUES DE FOMENT I AJUDA A LA CREACIÓ DE NOVES EMPRESES

1. Objectius de les polítiques de foment i creació d'empreses.
2. Tipus de polítiques de foment i creació d'empreses.
3. Realitat de les polítiques de foment i creació d'empreses.
4. Polítiques locals de foment i creació d'empreses: el cas de Sabadell.

Bibliografia

- BERMEJO, MANUEL; RUBIO, ISABEL; DE LA VEGA, IGNACIO: *La creación de la empresa propia*. McGraw-Hill. Instituto de Empresa. 1994.
- BUENO, EDUARDO; MORCILLO, PATRICIA: *La dirección eficiente*. Editorial Pirámide. 1993.
- DRUCKER, PETER F.: *La innovación y el empresario innovador*. Planeta Agostini, S.A.
- IMPI: *Agenda para la creación de empresas*. Ministerio de Industria, Comercio y Turismo. Colección Estudios. 3a edició.
- LUDEVID, M.; OLLÉ, M.: *Cómo crear su propia empresa. Factores clave de gestión*. Marcombo. Boixareu Editores.
- MAQUEDA LAFUENTE, F. J.: *Creación y dirección de empresas*. Ariel Economía. 1994.
- MAQUEDA LAFUENTE, F. J.: *Como crear y desarrollar una empresa. Planificación y control de actividades*. Ed. Deusto.
- NUENO, PEDRO: *Emprendiendo. El arte de crear empresas y sus artistas*. Expansión. Deusto. 1994.
- Revista mensual *Ideas y negocios*. "Revista mensual para emprendedores".

Avaluació

L'avaluació constarà de dos components: la qualificació obtinguda en l'elaboració d'un treball obligatori i la mitjana obtinguda per avaluació contínua (exercicis pràctics, intervencions a classe i treballs voluntaris). La ponderació dels dos components serà d'un 70 - 30 % respectivament.

ALTRES ASSIGNATURES OPTATIVES OFERTES PEL CENTRE

20271 - DRET MERCANTIL - PROPIETAT INDUSTRIAL I CONTRACTES

Objectius

L'assignatura «Propietat industrial i contractes mercantils» té com objectiu prioritari proporcionar a l'alumne un estudi teòric-pràctic del Dret industrial i dels contractes mercantils.

Així, mitjançant l'anàlisi i la resolució de casos pràctics, s'ofereix una perspectiva tant de la regulació com dels criteris d'aplicació del Dret de la competència (nacional i comunitari), i del Dret de la propietat industrial, que es configuren com instruments fonamentals per a la protecció de l'empresa.

En una segona part s'aborda l'estudi d'aquells contractes mercantils més utilitzats, o que un major interès puguin aportar al funcionament de l'empresa.

Es recomana haver cursat prèviament l'assignatura 20243 Introducció al dret i dret mercantil.

Programa

I DRET INDUSTRIAL

1. Dret industrial: concepte i contingut.
2. Dret de la competència: concepte i contingut.
3. Dret nacional de la competència.
 - 3.1 Dret de la competència deslleial.
 - 3.2 Dret de defensa de la competència.
4. Dret comunitari de la competència.
5. Dret de la propietat industrial.
 - 5.1 Patents.
 - 5.2 Models d'utilitat.
 - 5.3 Signes distintius: marca, nom comercial i rètol de l'establiment..
 - 5.4 Protecció internacional de la propietat industrial.

II CONTRACTES MERCANTILS

1. Les obligacions i els contractes mercantils.
2. La compravenda mercantil i contractes afins a la compravenda: el contracte de subministrament i estimatori.
3. Contractes de distribució: el contracte de concessió mercantil i el contracte de franquícia.

4. Contractes de transmissió de béns immaterials: transmissió del dret de patent, contractes de transferència de tecnologia estrangera, cessió i llicència de marca.
5. Contractes de col·laboració: comissió, agència, mediació o corretatge.
6. Contractes de finançament: Préstec, compte corrent comercial, arrendament financer o «leasing». El contracte de factoring.
7. Contractes bancaris.
8. Contracte de transport.
9. Contracte d'assegurança.

Bibliografia

- BAYLOS CORROZA, H.: *Tratado de Derecho Industrial*. Civitas. Madrid, 1993.
- FERNÁNDEZ-LERGA GARRALDA, C.: *Derecho de la Competencia (Comunidad Europea y España)* Aranzadi. Madrid, 1994.
- VICENT CHULIÀ, F.: *Compendio crítico de Derecho mercantil*, Tom I, vol 2 i Tom II. Bosch. Barcelona, 1991.

El professor facilitarà la bibliografia especialitzada en començar el curs.

Avaluació

L'assignatura s'avaluarà mitjançant la realització d'un examen final de caràcter teòrico-pràctic.

20273 -1- IDIOMA EMPRESARIAL - INTRODUCCIÓ A L'ANGLÈS

Objectius

L'objectiu principal del curs d'anglès de l'Escola Universitària d'Estudis Empresarials de Sabadell consisteix a familiaritzar els estudiants, que ja tenen un coneixement bàsic d'aquest idioma a nivell gramatical, amb el vocabulari tècnic i les estructures pròpies de l'anglès empresarial.

Per aconseguir-ho es dedica part del curs a l'elaboració i interpretació de cartes comercials i télexs, factures i estats de comptes, així com a la descripció de gràfics utilitzant la terminologia apropiada. S'analitzen diferents textos d'interès i per fomentar la capacitat de comprensió dels estudiants, aquests han d'assistir setmanalment a les classes de vídeo en les que es projecten diverses pel·lícules especialitzades en anglès empresarial.

Programa

1. Business Letters: Layout of a letter; Comparison personal letters/commercial letters
2. Letters of: Application; Enquiry; Reply to enquiries; Offers; Reminding; Apology
3. Booking a hotel
4. Telex/Telegram

5. Telefax

Review of passive voice, prepositions, connectors, reported speech...
Analysis of different texts. Vídeo: "Person to Person", and others.

Es valorarà la participació a classe i el lliurament periòdic d'exercicis i treballs. A més, s'hauran de lliurar obligatòriament els resums de diferents textos a decidir a classe. Durant el curs s'utilitza com a llibre de text un dossier elaborat pel Departament d'Anglès de l'EUEE de Sabadell que pot adquirir-se al mateix Centre.

Bibliografia

- BRUCE, K.: *Telephoning*. Longman Business English Skills, 1987.
- COMFORT, J. et al.: *Business Reports in English*, CUP, 1984.
- SPOONER, M. D.; MCKELLEN, J. S.: *Commercial Correspondence in English*, Nelson, 1977.
- SPOONER, M. D.; MCKELLEN, J. S.: *Practical Business Letters*, Nelson, 1978.
- WILSON, M.: *Writing for Business*, Nelson, 1987.

20273 -2- IDIOMA EMPRESARIAL - INTRODUCCIÓ AL FRANCÈS

Objectius

Aquest curs de francès ofereix una eina de perfeccionament de les competències en francès i un coneixement de la comunicació professional.

Els objectius que s'ha d'aconseguir són:

- Comprendre missatges sobre temes econòmics difosos pels mitjans de comunicació, com la ràdio, la televisió.
- Comprendre converses telefòniques o missatges de contestador de caire comercial.
- Comprendre un interlocutor i mantenir una conversa sobre temes econòmics o comercials.
- Llegir i utilitzar articles de premsa no especialitzada sobre temes socio-econòmics i exposar el seu punt de vista oralment i per escrit.
- Redactar missatges, cartes comercials, telegrames.

Per la qual cosa es desenvoluparan, al llarg del curs, tota mena d'activitats a l'entorn dels següents documents:

- Converses telefòniques.
- Documents vídeo.
- Cartes comercials i altres documents (formularis, circulars, telegrames, fax).
- Articles de premsa francesa.