



DESARROLLO DE EMPRENDEDORES

Elaborado por	LIC. VICTOR M. MEDINA		AUTORIZADO POR VICE RECTORADO ACADÉMICO
Fecha de vigencia	ABRIL, 2003		
Revisado por	UNIDAD CURRICULAR	DECANATO	

FUNDAMENTACION

El programa de la asignatura Desarrollo de Emprendedores, se enfoca en el desarrollo de las habilidades, destrezas y conocimientos necesarios para la generación, lanzamiento y operación de nuevas empresas. Los estudiantes de este curso trabajan en equipos para definir conceptos básicos del negocio y crear un plan que apoye la creación de la empresa. Tiene como objetivos: que el estudiante identifique su espíritu emprendedor, que el estudiante analice la importancia del emprendedor como motor del desarrollo económico, social y tecnológico, que el estudiante desarrolle habilidades para identificación de oportunidades, habilidades administrativas y liderazgo creativo, que el estudiante, al terminar el curso sea capaz de generar y desarrollar ideas, oportunidades y planes de negocio, incentivar a los estudiantes a considerar la vocación empresarial en su futuro, desarrollando su espíritu emprendedor. El contenido programático se distribuye en las siguientes unidades:

Unidad I. Proceso innovador en la pequeña y mediana industria.

Unidad II. Mercadeo, competencia e ideas de negocios

Unidad III. Proceso Legal y Gubernamental.

OBJETIVO GENERAL DE LA ASIGNATURA

Determinar las líneas de acción para la planeación y desarrollo de proyectos innovadores poniendo en práctica las habilidades y el potencial emprendedor.

UNIDAD I		OBJETIVO TERMINAL	
PROCESO INNOVADOR EN LA PEQUEÑA Y MEDIANA INDUSTRIA		ANALIZAR LA COMPOSICIÓN DE UNA EMPRESA IDENTIFICANDO EL PLAN DE NEGOCIOS.	
DURACION			
6 SEMANAS			
EVALUACION			
30 %			
OBJETIVOS ESPECIFICOS	CONTENIDO	ESTRATEGIAS DE INSTRUCCION	
<div>1. Describir los elementos que componen una pequeña y mediana empresa.</div> <div>2. Analizar la función de un Plan de Negocios.</div> <div>3. Identificar los distintos elementos que integran un Plan de Negocios.</div>	<div><div>• Presentación y Perfil del Emprendedor.</div><div>• La Micro, Pequeña y Mediana Empresa.</div><div>• Plan de Negocios:<div>El producto o servicio<ul style="list-style-type: none">El mercadoLa comercializaciónEl estudio TécnicoLa organización y el recurso humano</div><div>• Análisis financiero</div></div></div>	<div><div>• Discusión Dirigida.</div><div>• Revisión Bibliográfica.</div><div>• Discusión Grupal.</div><div>• Tormentas de Ideas.</div></div>	
ESTRATEGIAS DE EVALUACION:			
<div><div>• Evaluación Escrita.</div><div>• Exposición Oral.</div></div>			

UNIDAD II		OBJETIVO TERMINAL	
MERCADEO Y COMPETENCIA E IDEAS DE NEGOCIOS		ELABORAR ESTRATEGIAS DE MERCADEO Y MARKETING PARA LOGRAR PLANES DE NEGOCIOS EXITOSOS.	
DURACION			
5 SEMANAS			
EVALUACION			
30 %			
OBJETIVOS ESPECIFICOS	CONTENIDO	ESTRATEGIAS DE INSTRUCCION	
1. Analizar los elementos que componen la mercadotecnia y el marketing como componentes de la competencia. 2. Comprender la importancia de los elementos precios y productos para lograr negocios exitosos. 3. Identificar las estrategias de mercadeo, con el plan de negocio.	<ul style="list-style-type: none">• Mercadotecnia• Marketing• Competencia• Precios• Productos• Canales de distribución	<ul style="list-style-type: none">• Discusión Dirigida• Exposición del Profesor• Intervención de los alumnos	
ESTRATEGIAS DE EVALUACIÓN:			
<ul style="list-style-type: none">• Evaluación Escrita.• Entrega de informes.			

UNIDAD III		OBJETIVO TERMINAL	
PROCESO LEGAL Y GUBERNAMENTAL		ESTUDIAR LOS ASPECTOS LEGALES Y GUBERNAMENTALES PARA LA CREACIÓN UNA CREACIÓN DE UNA PEQUEÑA Y MEDIANA EMPRESA..	
DURACION			
5 SEMANAS			
EVALUACION			
40 %			
OBJETIVOS ESPECIFICOS	CONTENIDO	ESTRATEGIAS DE INSTRUCCION	
1. Analizar la pertinencia de los costos y el plan de inversiones para crear una pequeña y mediana empresa. 2. Identificar cabalmente aspectos legales y requerimientos gubernamentales para planes de negocios.	<ul style="list-style-type: none">• Aspectos legales y requerimientos gubernamentales• Plan de inversiones• Costos• Registros de marcas y patentes.	<ul style="list-style-type: none">• Discusión Dirigida• Revisión Bibliográfica• Discusión Grupal• Tormentas de Idea	
ESTRATEGIAS DE EVALUACIÓN:			
<ul style="list-style-type: none">• Evaluación escrita.• Exposición Oral.• Entrega de Informes.• Presentación de creación de negocios.			

BIBLIOGRAFIA

- Alcaraz R. **El Emprendedor del Éxito: Guía de Planes de Negocios.** Editorial Mc Graw Hill. México. 1995.
- Anzola S. **De la Idea a tu Empresa: Una Guía para los nuevos Empresarios.** Editorial Lumisa Noriega. Colombia. 1993.
- Anzola S. **La Actitud Emprendedora.** Editorial Mc Graw Hill. México. 1995.
- Blanco M. **Empresa Competitiva Guía Práctica.** Edición Venezuela Competitiva Caracas. 1995.
- Gómez H. **Chispa y Acierto: La Empresa que se Emrende.** Editorial Las Empresas Venezolanas. Ediciones IESA. Caracas. (s/f).
- Hardy C. **Ingenieros y las Torres de Marfil.** Editorial Mc Graw Hill. México. 1998.
- Lambing P. **Empresarios Pequeños y Medianos.** Editorial Prentice Hill. 1993.
- Pyke F. **Redes Corporativas de Pequeñas Empresas.** Editorial Galac. 1998.
- Sánchez E. **Joven, Empresario Es.** Ediciones Cedice. Caracas. 1991.
- Viana H. **Tecnología y Competitividad en la Industria Manufacturera.** Fondo Editorial Fintec. Caracas. 1998.