



Universidad Guadalajara

Centro Universitario del Sur

**UNIVERSIDAD DE GUADALAJARA
CENTRO UNIVERSITARIO DEL SUR**

DIVISIÓN (Ciencias, Artes y Humanidades)
DEPARTAMENTO (Sociedad y Economía)
CARRERA (Negocios Internacionales)
2015B



CENTRO UNIVERSITARIO DEL SUR
DEPTO DE SOCIEDAD Y ECONOMIA



11 AGO. 2016

VIGENCIA

PROGRAMA DE ESTUDIO POR COMPETENCIAS

Desarrollo de Emprendedores

Nombre

Presidente de la Academia de (Dr. Ramiro Rivera)

Nombre

Jefe del Departamento de (Dra. Berta Madrigal Torres)

Profesor(es) de la Unidad de Aprendizaje

Dra. Claudia Saldaña Orozco
Mtra. Adriana Alcaraz Marin



Guía estratégica para
elaborar el programa de
estudios por
competencias
profesionales integradas

Centro Universitario del Sur

Programa de Estudio por Competencias Profesionales Integradas (CPI)

1. IDENTIFICACIÓN DEL CURSO

Centro Universitario

Centro Universitario del Sur

Departamento

Departamento de Sociedad y Economía

Academia:

Ciencias administrativas aplicadas

Unidad de Aprendizaje

Desarrollo de emprendedores

Clave de la materia:	Horas de teoría:	Horas de práctica:	Total de horas:	Valor en créditos:
15113	40	40	80	8

Tipo de curso:	Nivel en que se ubica:	Programa educativo	Prerrequisitos:
C = curso CL= curso laboratorio L = laboratorio P = práctica T = taller CT = curso - taller N = clínica M = módulo S = seminario	Técnico Medio Técnico Superior Universitario <u>Licenciatura</u> Especialidad Maestría Doctorado	Negocios internacionales	Administración I

Área de formación:

Área de formación básico particular obligatoria

Perfil docente:

Contar con una licenciatura en el área de ciencias administrativas, como: Administración, Mercadotecnia y Negocios Internacionales, que tengan conocimientos en emprendurismo y a su vez, haber trabajado en organizaciones, donde se lancen al mercado productos o servicios innovadores

Elaborado por:

Mtra. Adriana Alcaraz Marín, Dra. Claudia Saldaña Orozco

Evaluado y actualizado por:

Mtra. Adriana Alcaraz Marín, Dra. Claudia Saldaña Orozco

Fecha de elaboración:

Fecha de última actualización aprobada por la Academia

2. COMPETENCIA (S) DEL PERFIL DE EGRESO

Será capaz de observar, analizar, interpretar y explicar las relaciones de intercambio nacional e internacional de bienes y servicios, así como interpretar las aplicaciones en las organizaciones de los componentes del macro ambiente nacional e internacional, para que la herramienta de la planeación proponga alternativas de acción que permita enfrentar y mejorar la competitividad internacional.

- Utilizará correctamente el conocimiento de las ciencias económicas, administrativas, contables, sociales y jurídicas al abordar los problemas del comercio y negocios internacionales para su intervención e investigación.
- Será un profesionalista en el manejo de los negocios internacionales, a través del fortalecimiento conceptual y operativo; capaz de interpretar y pronosticar, en su ámbito de actuación, la implementación de estrategias y tácticas óptimas para el desarrollo de las empresas públicas y privadas.
- Poseerá honradez, respeto a la dignidad humana, aprecio de los valores culturales, históricos y sociales de la comunidad y del país; espíritu emprendedor, liderazgo, cultura de calidad, respeto por el medio ambiente y vocación y compromiso con la sociedad.

3. PRESENTACIÓN.

Formar profesionistas que sean capaces de identificar los requerimientos regionales y nacionales y de empresarios, para optimizar el comercio internacional de bienes y servicios, desarrollando las condiciones de competitividad de la industria, atendiendo a las necesidades más apremiantes del país en el orden social medioambiental, y promoviendo la imagen comercial de México ante los mercados internacionales. Formar profesionales capaces de generar conocimientos científicos y tecnológicos en el área de los negocios internacionales y que estas funciones se traduzcan en servicios para la sociedad, que posibiliten coadyuvar a resolver sus problemas y satisfacer sus necesidades en la diversidad de escenarios, ámbitos, instancias y sectores que en ella incide.

4. UNIDAD DE COMPETENCIA

Fomentar en el alumno su capacidad creativa y de innovación, y a su vez fortalecer su potencial emprendedor a través del desarrollo de sus habilidades para concebir, planear, impulsar e iniciar un proyecto de inversión factible.

5. SABERES

Prácticos	<ol style="list-style-type: none">1. Identificar sus fortalezas y debilidades como ser emprendedor, y tomar éstas últimas como áreas de oportunidad.2. Analizar su entorno socio económico y de necesidades de creación y/o innovación en todos los ámbitos de la región.3. Concebir, a partir de las necesidades identificadas, la idea de un satisfactor que se aplique a las mismas.4. Llevar a cabo un pronóstico de ventas del satisfactor a desarrollar.
Teóricos	<ol style="list-style-type: none">1. Conocer los conceptos básicos de creatividad y su importancia dentro del espíritu emprendedor, además reafirmar los conocimientos de organización, mercadotecnia, producción y finanzas.2. Conocer las diversas técnicas de negociación que se utilizan en el ámbito empresarial.3. Identificar la importancia del trabajo en equipo.4. Conocer las partes que forman un plan de negocios y/o de empresa, y lo que implica cada una de ellas.
Formativos	<ol style="list-style-type: none">1. Desarrollar su creatividad y espíritu emprendedor.2. Tener la suficiente capacidad para realizar el análisis del mercado.3. Desarrollar su capacidad para concebir y expresar ideas.4. Desarrollar la habilidad para la investigación bibliográfica, de campo y para la redacción de sus resultados.5. Desarrollar la habilidad para integrar y dirigir equipos de trabajo multidisciplinarios.6. Desarrollar la habilidad de gestión ante las autoridades competentes.7. Fomentar la toma de decisiones bajo presión.8. Fomentar el respeto hacia las ideas y comentarios ajenos.9. Fomentar la ética y la moral en la toma de decisiones.

6. CONTENIDO TEÓRICO PRÁCTICO (temas y subtemas)

1.- Presentación y perfil del emprendedor

- 1.1.- Características del emprendedor.
- 1.2.- Análisis de fortalezas y debilidades personales.
- 1.3.- Emprender para vivir y vivir para emprender.

2.- El emprendedor y la empresa

- 2.1.- El emprendedor y la empresa.
- 2.2.- Papel del emprendedor en la libre empresa.

3.- Técnicas de negociación

- 3.1.- Negociar vs. Vender.
- 3.2.- Solución de conflictos.
- 3.3.- Técnicas de negociación.

4.- Creatividad y trabajo en equipo

- 4.1.- ¿Qué es la creatividad?
- 4.2.- Creatividad y trabajo en equipo.
- 4.3.- La creatividad: herramienta para la detección de oportunidades.

5.- El plan de negocios

- 5.1.- Partes de un plan de negocios.

5.2.- Naturaleza del proyecto.

- 5.2.1.- Nombre de la empresa.
- 5.2.2.- Descripción de la empresa.
- 5.2.3.- Misión de la empresa.
- 5.2.4.- Objetivos de la empresa.
- 5.2.5.- Ventajas competitivas.
- 5.2.6.- Satisfactor de la empresa.

5.3.- Área de Mercadotecnia.

- 5.3.1.- Objetivos de la mercadotecnia.
- 5.3.2.- Investigación de mercado.
- 5.3.3.- Distribución y punto de venta.
- 5.3.4.- Promoción del satisfactor.
- 5.3.5.- Fijación y políticas de precio.
- 5.3.6.- Plan de introducción al mercado.
- 5.3.7.- Riesgos y oportunidades del mercado.
- 5.3.9.- Sistema y plan de ventas.
- 5.3.10.- Plan de trabajo del área.

5.4.- Área de Producción.

- 5.4.1.- Objetivos del área de producción.
- 5.4.2.- Especificaciones del satisfactor.
- 5.4.3.- Descripción del proceso productivo del satisfactor.
- 5.4.4.- Diagrama de flujo del proceso.
- 5.4.5.- Equipo e instalaciones.
- 5.4.6.- Materia prima.
- 5.4.7.- Manejo de inventarios.
- 5.4.8.- Diseño y distribución de la planta.
- 5.4.9.- Mano de obra requerida.
- 5.4.10.- Procedimientos de mejora continua.
- 5.4.15.- Plan de trabajo del área.

5.5.- Área de Organización.

- 5.5.1.- Objetivos del área de organización.
- 5.5.2.- Estructura organizacional.

- 5.5.3.- Funciones específicas por puesto.
- 5.5.4.- Captación de personal.
- 5.5.5.- Desarrollo de personal.
- 5.5.6.- Administración de sueldos y salarios.
- 5.5.7.- Evaluación del desempeño.
- 5.5.8.- Relaciones laborales.
- 5.5.9.- Marco legal de la organización.
- 5.5.10.- Plan de trabajo del área.

5.6.- Área de finanzas

- 5.6.1.- Objetivos del área de finanzas.
- 5.6.2.- Sistema contable de la empresa.
- 5.6.3.- Flujo de efectivo.
- 5.6.4.- Punto de equilibrio.
- 5.6.5.- Estados financieros proyectados.
- 5.6.6.- Indicadores financieros.
- 5.6.7.- Proyecciones financieras.
- 5.6.8.- Sistema de financiamiento.
- 5.6.9.- Plan de trabajo del área.

6.- Presentación del plan de negocios.

- 6.1.- Presentación del plan de negocios.
- 6.2.- Proyecta 2015, presentación de proyectos innovadores

7. ESTRATEGIAS DE ENSEÑANZA APRENDIZAJE POR CPI

Los estudiantes llevarán a cabo diversas actividades, como: técnicas de aprendizaje, casos de estudio de empresarios emprendedores, presentaciones en power point, trabajos en equipo, debates, rúbricas, preguntas inteligentes entre otras. Se llevará a cabo una investigación de mercados, para reafirmar o descartar el proyecto innovador, para la cual, se aplicará con antelación una prueba piloto. Se empleará en su plan de negocios (el área de mercadotecnia, área de producción, área de organización) que será el evento final PROYECTA 2015, evento donde se presentará en producto en físico, con los requisitos antes mencionados.

8. EVALUACIÓN DEL APRENDIZAJE POR CPI

8. 1. Evidencias de aprendizaje	8.2. Criterios de desempeño	8.3. Contexto de aplicación
<p>1-Exposición de temas en clase y retroalimentación alumno-profesor.</p> <p>2-Presentación de los avances por capítulo sobre el proyecto final.</p>	<p>1- EXPOSICIÓN DE TEMAS. La exposición de temas se llevará a cabo por equipo elegidos por los alumnos. En cada exposición, el profesor reforzará cada tema y se hará una retroalimentación.</p> <p>2.- PRESENTACIÓN DE LOS AVANCES POR CAPÍTULO SOBRE EL PROYECTO FINAL. Cada equipo deberá presentar en una fecha ya establecida con anterioridad, los avances</p>	<p>Aplicación de instrumento para clientes potenciales en la zona Sur de Jalisco y en el mercado internacional para lograr el posicionamiento deseado del producto servicio innovador</p>

3-Participación en clase	<p>del capítulo aplicado a su proyecto final.</p> <p>3.- PARTICIPACIÓN EN CLASE</p> <p>La participación en clase se considerará solo cuando se trate de aportes, preguntas y/o comentarios relevantes.</p> <p>a) La participación en clase será continua y tendrá gran valor cuando se realice de manera acertada en la presentaciones de los compañeros.</p> <p>b) Las preguntas que el profesor haga en la misma contarán como participaciones positivas o negativas.</p>	
--------------------------	---	--

9. CALIFICACIÓN

Para lograr la acreditación del curso el alumno deberá cubrir con los siguientes elemento

	Parcial
• Asistencia	20
• Actividades en clases	20
• Trabajo final avances	30
• Trabajo final Emprende, Crea e innova	40
TOTAL	100

10. ACREDITACIÓN

Para acreditar el curso se requiere cumplir con las tres siguientes condiciones:

1. Tener el 80 por ciento de asistencias.
2. Tener por lo menos el 50% del total parcial.
3. Es indispensable tener por lo menos el porcentaje mínimo señalado en cada rubro. Es decir, no obtener esa puntuación en cualquiera de los rubros, implica la no acreditación del curso, aun cuando se alcanzara por sumatoria una puntuación aprobatoria. Ello es así porque la demostración de capacidades debe ser integral y no concentrarse en un solo rubro.

POLÍTICAS GENERALES

1. La evaluación es un proceso continuo. Sin embargo, esta se completará hasta el final del curso. No obstante, cada alumno podrá solicitar que se le indique cómo va el avance de su calificación en lo referente a los rubros que estén siendo evaluados continuamente.
2. No existirán prorrogas para la entrega de trabajos ya sea orales o escritos, por lo que trabajo no entregado se considerará con calificación de cero. (salvo casos de fuerza mayor perfectamente justificados).
3. Al principio del curso, el grupo nombrará un representante ante el profesor, mismo que señalará por escrito todas las decisiones que se tomen en la materia.
4. Se tomarán en cuenta tanto el trabajo en equipo como el trabajo individual; se asignará una calificación por el producto final del equipo, y una a cada integrante del mismo.

11. BIBLIOGRAFÍA

BIBLIOGRAFÍA BÁSICA

Gonzalez Salazar Dina M. (2007) Plan de Negocios para emprendedores al éxito. Editorial McGraw-Hill.
Lloyd E. Shefsky. (1997). Los Emprendedores No Nacen se hacen. McGraw-Hill.
Zapata Innocenzi Javier. (2013) Camino emprendedor, ser, soñar y hacer. Editorial Malabares.
Balanko Dickson Greg. (2008) Cómo preparar un plan de Negocios Exitoso. Editorial McGraw-Hill.
E. Lerma Alejandro y Valdés Luis Alfredo (2007) Liderazgo emprendedor. Editorial Thomson.
Hilarión Madariaga Julia Esther. (2014) Emprendimiento e Innovación. Editorial Cengage Learning.

BIBLIOGRAFÍA COMPLEMENTARIA

Prieto Sierra Carlos. (2014) Emprendimiento. Editorial Pearson.
García/Garza/Sàenz/Sepulveda (2003) Formación de emprendedores. Editorial Continental.
Olmos Arrayales Jorge. (2007) Tú potencial emprendedor. Editorial Pearson.
Stoner (1999), *Administración*, Ed. McGraw Hill.
Rodríguez, M, *Técnicas de Negociación*, Ed. McGraw Hill.
Rachman, D, Mescon, M, Bovée, C, Thill, J, *Introducción a los Negocios, Enfoque Mexicano*, Ed. McGraw Hill.
Kotler, P, *Dirección de la Mercadotecnia*, 7ª. Ed, Ed. Prentice may.