

UNIVERSIDAD DE GUADALAJARA
CENTRO UNIVERSITARIO DE LOS VALLES



PROGRAMA DE ESTUDIO

DESARROLLO DE EMPRENDEDORES

I.- DATOS GENERALES DEL PROGRAMA DE ESTUDIOS

1. – Nombre de la Asignatura:		DESARROLLO DE EMPRENDEDORES	
2. – Clave de la asignatura:		I5113	
3. - División:		Estudios Económicos y Sociales	
4. - Departamento:		Ciencias Económicas Administrativas	
5. - Academia:		Desarrollo de Negocios	
6. – Programa Educativo al que está adscrita:		Administración, Sistemas de Información, Turismo Alternativo	
7. - Créditos:		6	
8. – Carga Horaria total:		60	
9. – Carga Horaria teórica:	20	10. – Carga Horaria Práctica:	40
11. – Hora / Semana:		2	
12. – Tipo de curso:	CURSO-TALLER	13. – Prerrequisitos: NINGUNO	
14. – Área de formación:		ESPECIALIZANTE OBLIGATORIA	
15. – Fecha de Elaboración:		2004	
16. - Participantes:		Gómez Barajas Elba Rosa Santillán Campos Francisco Montañéz Moya Gloria	
17. – Fecha de la última revisión y/o modificación:		Revisión Julio 2016	
18. - Participantes:		Santamaría Velasco Carlos Alberto Rodriguez Guardado Adriana del Carmen Miramontes Gutierrez Gabriela Fabiola Ramirez Dueñas Sandra Luz	

II.- PRESENTACION

Naturaleza del curso y su vinculación con la profesión:

ESTA MATERIA PRETENDE DAR A LOS ALUMNOS LA OPORTUNIDAD DE INCURSIONAR EN EL MUNDO DEL EMPRENDIMIENTO

SE PRESENTA TODA UNA GUÍA QUE LOS LLEVA PASO A PASO A REALIZAR UN PLAN DE NEGOCIOS Y RESUMEN EJECUTIVO QUE PRESENTAN AL FINAL DE SEMESTRE EN LA EXPO EMPRENDE DENTRO DEL MARCO DE LA FERIA ACADÉMICA Y CULTURAL CUVALLS.

EL OBJETIVO DE LA FORMULACIÓN DE ESTA MATERIA ES FOMENTAR EN EL ESTUDIANTE UNA VISIÓN Y HABILIDAD EMPRESARIAL QUE LO INDUZCA A LA CREACIÓN Y GESTIÓN DE EMPRESAS, ADEMÁS DE LA CONSULTORÍA Y LAS ASESORÍAS COMO ACTIVIDADES QUE LE PERMITIRÁN OBTENER INGRESOS ECONÓMICOS CUANDO HAYA EGRESADO Y ESTE EJERCIENDO SU ACTIVIDAD PROFESIONAL.

ESTE PROGRAMA DE LA MATERIA SE BASA EN UN PROGRAMA DESARROLLADO POR EDUCAIXA EN ESPAÑA QUE SE APLICA Y LLEVA A CABO EN INSTITUCIONES ESPAÑOLAS, CON ESTO BUSCAMOS DESARROLLAR EN EL ALUMNO DE CUVALLS COMPETENCIAS BAJO METODOLOGÍAS INTERNACIONALES. ASÍ MISMO, ESTA COMPLEMENTADO CON INFORMACIÓN ACTUALIZADA SOBRE LOS AGENTES DEL ECOSISTEMA EMPRENDEDOR EN MÉXICO.

III.- OBJETIVOS (Generales y específicos)

OBJETIVO GENERAL.

Identificar los aspectos que distinguen la cultura de los emprendedores. Desarrollar la

creatividad en la innovación de alternativas empresariales. Formular un plan de empresa viable, capaz de satisfacer necesidades del mercado. Conocer todos los requerimientos de información y obligación de toda organización. Conocer el entorno del mundo de los emprendedores.

OBJETIVOS ESPECÍFICOS.

1. Presentar al alumno las bases para que pueda formular un proyecto de empresa viable, capaz de satisfacer necesidades de un mercado determinado.
2. Asesorar al alumno en la investigación y el conocimiento de los requerimientos legales y de información que toda organización debe tener.
3. Motivar a los alumnos a la Planeación y Organización de una “Feria Empresarial” que se lleve a cabo dentro del Campus y se presente a la comunidad estudiantil y regional.
4. Hacer un primer intento por dejar que las ideas y ambiciones de los alumnos se vean reflejadas en un proyecto de negocios propio.
5. Provocar en el alumno la inquietud de tener un primer acercamiento a sus sueños de emprender de manera tal que antes de salir de su carrera comience a tocar la posibilidad de planear y concretizar sus planes individuales y grupales, como preludeo a su futuro profesional.
6. Que conozca la importancia del espíritu emprendedor dentro de la pequeña, mediana y gran empresa.

IV.- INDICE DE UNIDADES

Unidades Programáticas	Carga Horaria
UNIDAD I. Conceptos básicos sobre emprendimiento e innovación	8
UNIDAD II. Problemas: ¿Cómo verlos?	8
UNIDAD III. Oportunidades: ¿Cómo detectarlas?	8
UNIDAD IV. Modelo de negocio	10
UNIDAD V. PROTOTIPO: ¿Cómo construir mi propuesta ?	10
UNIDAD VI. MERCADO: ¿Cómo convencer con valor?	10
UNIDAD VII. Presentación Del Proyecto.	6

V.- DESARROLLO DE LAS UNIDADES PROGRAMATICAS

<p>UNIDAD I. Conceptos básicos sobre emprendimiento e innovación</p> <p>Objetivo: Conocer los principales conceptos para generar cultura de emprendedores para la creación de una empresa con un enfoque ético y de responsabilidad social.</p> <ol style="list-style-type: none"> 1.1. La innovación y el emprendimiento 1.2. Habilidades del individuo como emprendedor 1.3. La importancia de iniciar un negocio y su comparación con la compra de un negocio ya establecido 1.4. Marco socio económico y su impacto en las empresas 1.5. Trabajo en equipo 1.6. Ética y Valores <p>UNIDAD II. Problemas: ¿Cómo verlos?</p> <p>Objetivo: entender que nuestro entorno está lleno de problemas por resolver y que el emprendimiento es una forma de solucionarlos.</p> <ol style="list-style-type: none"> 2.1. Tolerancia hacia riesgos y buen manejo de conflictos, estrategia básica del

- emprendedor.
- 2.2. Exploración de nuevas oportunidades de negocio
- 2.3. Como elegir la oportunidad correcta

UNIDAD III. Oportunidades: ¿Cómo detectarlas?

Objetivo: Identificar los recursos disponibles para solucionar el problema detectado. Demostrar que la creatividad puede ser un proceso estructurado.

- 3.1. Explorar soluciones
- 3.2. Búsqueda de información sistemática
- 3.3. Todos podemos ser creativos

UNIDAD IV. Modelo de negocio

Objetivo: Comprender el concepto de modelo de negocio y conocer cómo generar una propuesta de valor.

- 4.1. ¿Qué es un modelo de negocios?
- 4.2. Tipos de modelos de negocios
- 4.3. Propuesta de modelo de negocio
- 4.4. Modelo económico

UNIDAD V. PROTOTIPO: ¿Cómo construir mi propuesta?

Objetivo: entender el concepto de prototipo como herramienta clave de integración, validación y mejora de la solución propuesta.

- 5.1. Formas de organización legal de la empresa
- 5.2. Prototipar para aprender
- 5.3. Mejorar la propuesta global

UNIDAD VI. MERCADO: ¿Cómo convencer con valor?

Objetivo: Desarrollar los principales elementos del mercado, apoyándose en la mercadotecnia e investigación de mercados, que requiere un plan de negocios. Generar un discurso mediante la metodología del elevator pitch.

- 6.1. Análisis de mercado
- 6.2. Investigación de mercado
- 6.3. Creación de valor
- 6.4. Discurso del emprendedor
- 6.5. Elevator pitch

UNIDAD VII. Presentación del proyecto

Objetivo particular de la unidad: Presentar el proyecto de emprendimiento.

- 7.1. Resumen ejecutivo
- 7.2. Prototipo del proyecto
- 7.3. Recomendaciones de redacción

VI. – EVIDENCIAS PARA LA EVALUACION DE APRENDIZAJES POR UNIDAD:

Ejemplos: (Exámenes, ensayos, monografías, trabajo de equipos, entre otros.)

- Trabajo de Equipo
- Trabajo de Campo

- Ensayos
- Entregas y participaciones
- Exposiciones y mesas de discusión (opcional)
- Organización de Eventos o Invitados para pláticas (opcional)

VII.- ACTIVIDADES AULICAS Y EXTRAULICAS PROPUESTAS POR UNIDAD:

Temática	Estrategia/ técnica / actividad	Producto esperado	Carga Horaria
UNIDAD I. Conceptos básicos sobre emprendimiento e innovación	Investigar y leer la historia de grandes emprendedores. Analizar situación de las MIPYMES en México. Investigar ventajas de tener un negocio propio.	El alumno será capaz de conocer y comprender el conjunto de capacidades y actitudes que forman el carácter emprendedor.	8
UNIDAD II. Problemas: ¿Cómo verlos?	Utilizar fichas de ejemplos de problemas y generar propuestas de solución. Realizar lluvias de ideas, llevar a clase como mínimo dos ideas para emprender un negocio.	El alumno conocerá las ventajas y desventajas de tener un plan de negocios. Sabrá identificar problemas en el entorno y determinará su propuesta emprendedora.	8
UNIDAD III. Oportunidades: ¿Cómo detectarlas?	Como Buscar oportunidades de negocio en internet. Formular mediante la presentación de su idea las características principales de la misma.	El alumno conocerá como transformar su problema detectado en una oportunidad de negocio.	8
UNIDAD IV. Modelo de negocio:	Exposición teórica del modelo de negocio canvas.	El alumno generará su primera versión del modelo de negocio.	10
UNIDAD V. PROTOTIPO: ¿Cómo construir mi propuesta?	Conocer el concepto de prototipo, sus diferentes tipos del mismo, cómo se utilizan y cuál es su importancia en el diseño, desarrollo y mejora de los productos y servicios.	El alumno generará su primera versión del prototipo.	10
UNIDAD VI. Mercado: ¿Cómo convencer con valor?	Conocer los aspectos claves para realizar una buena presentación. Observar ejemplos y generar su propia presentación.	El alumno generará su propuesta de marketing sobre su proyecto.	10
UNIDAD VI. Presentación del	Formular un plan de negocios viable para	Elevator pitch Presentación final	6

proyecto	satisfacer necesidades en el mercado.		
----------	---------------------------------------	--	--

VIII.- BIBLIOGRAFÍA BÁSICA Y COMPLEMENTARIA POR UNIDAD

Nombre del autor	Título de la obra	Editorial	Año y Edición
https://www.educaixa.com/es/			
Julia Esther Hilarión Madariaga	Emprendimiento e innovación: diseña y planea tu negocio	Cengage Learning	2014
Ignasi Brunet Icart y Carlos Alberto Santamaria Velasco	La iniciativa emprendedora y la innovación	Fundación Educación Superior Empresa	2013
Rafael Alcaraz Rodríguez	El emprendedor de éxito	Mc Graw Hill	2011
Harvard Bussines Review	La iniciativa emprendedora	Editorial Deusto	2004
Luigi Valdés	Administración de pequeñas empresas	Grupo Editorial Norma	2002
Gregor K. Erickon	Emprendedores en la red	Ernest & Young	2001
Carlos M Jiménez	Programa de apoyo a la micro empresas en américa latina	Editorial Macchi	2001
Justin G. Congenecker, Carlos W. Moore	Administración de pequeñas empresas; un enfoque emprendedor	Learning	2001

IX.- DIRECCIONES WEB RELACIONADAS CON EL CURSO

<http://wdg.biblio.udg.mx>
<http://www.inadem.gob.mx>

X.- EVALUACIÓN

A) DEL PROGRAMA DE ESTUDIOS

Caso integrador, actividades de aprendizaje, participación

B) DE LA LABOR DEL PROFESOR

Asesora y facilita el aprendizaje

C) DE LA METODOLOGIA DE ENSEÑANZA-APRENDIZAJE (INSTRUMENTACIÓN DIDÁCTICA)

Búsqueda de información. Lecturas, análisis e interpretación. Clasificación de datos. Visualización de escenarios futuros. Lluvia de ideas. Dinámicas grupales. Organización de grupos colaborativos. Asesorías. Manejo del entorno de la organización. Conferencia de expertos en el área de emprendimiento y negocios.

D) DEL TRABAJO REALIZADO POR EL ESTUDIANTE

A) Evidencias de aprendizaje Prototipo de idea de negocio Presentación de plan de Mercadotecnia Presentación de Plan Técnico Presentación de Plan Financiero Participación en Exposición Final Presentación de trabajo de Proyecto General de Negocio
 B) Criterios de desempeño Entrega en tiempo y forma de acuerdo al reglamento establecido. Completo, puntual, gráficos, imágenes, estudio de campo e información estadística que sustente la idea.
 C) Campo de aplicación Creación de nuevas empresas en la sociedad.

NOTA IMPORTANTE: Se sugiere que el profesor elabore un instrumento para que el estudiante se autoevalúe con las mismas categorías.

X.- ACREDITACION DEL CURSO

Requisitos

Administrativo: Contar con un número de asistencias mínimas para acreditar en periodo ordinario o en extraordinario (Reglamento General de Promoción Y Evaluación de Alumnos de la Universidad de Guadalajara)

Académicos: Evidencias de aprendizaje

XI. CALIFICACION DEL CURSO

<i>Evidencias de Aprendizaje</i>	%
Conocimientos: (Ensayos, casos, resolución de problemas, exámenes, etc.) Laboratorio	50
Habilidades y Destrezas: (actividades prácticas para el desarrollo de habilidades del pensamiento, de las capacidades motrices, etc.) PROYECTO FINAL	30 Proyecto
Actitud: (interés, participación, trabajo en equipo, asesorías, taller) Expo emprende	20 Tareas
Valores: (puntualidad, responsabilidad, trato, tolerancia, etc.)	y Expoemprende

XII.- CALIFICACION EN PERIODO EXTRAORDINARIO

Características del examen que se aplicará en periodo extraordinario, en correspondencia con lo señalado en el Reglamento General de Evaluación y Promoción de Alumnos de la Universidad de Guadalajara. (Capítulo V).