



DESARROLLO DE EMPRENDEDORES

Elaborado por	LIC. VICTOR M. MEDINA MSC. NANCY BARBOZA	AUTORIZADO POR VICE RECTORADO ACADÉMICO
Fecha de Vigencia	ABRIL, 2009	
Revisado por	Decanato	
	(FIRMA Y SELLO)	(FIRMA Y SELLO)

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:

- | | | |
|------|--------|--|
| I. | Unidad | Empresarios y empresas.. |
| II. | Unidad | Proceso innovador en la pequeña y mediana industria. |
| III. | Unidad | Mercadeo, competencias e ideas de negocios. |
| IV. | Unidad | 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	
EMPRESAS Y EMPRESARIOS		ANALIZAR LOS ORÍGENES DE LAS EMPRESAS, ASÍ COMO LA DIFERENCIA ENTRE EMPRESA Y EMPRESARIO.	
DURACION			
3 SEMANAS			
EVALUACION			
10%			
OBJETIVOS ESPECIFICOS	CONTENIDO	ESTRATEGIAS DE INSTRUCCION	
1. Conocer el concepto y funciones de la empresa. 2. Aprender a discernir entre el concepto de empresa y de empresario. 3. Adquirir conocimientos sobre la estructura y elementos que componen una empresa.	- Los orígenes de las empresas. - La familia como foco de emprendedores. - La necesidad de la empresa. - Diferencia entre empresario y empresa. - Empresa: concepto, elementos y funciones. - Características y fines. - Teorías y concepto de empresarios. - Las principales actividades del empresario. - Elementos integradores. - La responsabilidad empresarial. - Clasificación de las empresas. - Dimensión y localización. - Signos distintivos.	PRESENCIAL	SEMIPRESENCIAL
		- Discusión Dirigida. - Revisión Bibliográfica. - Discusión Grupal. Tormentas de Ideas.	- Ejercicios de Desempeño. Ejemplos de aplicación. - Interacción en el aula virtual - Exposiciones modalidad video. - Materiales didácticos multimedia
ESTRATEGIAS DE EVALUACION:			
PRESENCIAL		SEMIPRESENCIAL	
- Evaluación Escrita. - Exposición Oral.		- Cuestionario en línea - Foros de discusión - Asignación de tareas - Videos, Blogs, Chat, Glosario, Wikis - Proyecto con Defensa - Evaluación Presencial	

UNIDAD II		OBJETIVO TERMINAL	
PROCESO INNOVADOR EN LA PEQUEÑA Y MEDIANA INDUSTRIA		ANALIZAR LA COMPOSICIÓN DE UNA EMPRESA IDENTIFICANDO EL PLAN DE NEGOCIOS.	
DURACION			
4 SEMANAS			
EVALUACION			
20%			
OBJETIVOS ESPECIFICOS	CONTENIDO	ESTRATEGIAS DE INSTRUCCION	
1. Describir los elementos que componen una pequeña y mediana empresa. 2. Analizar la función de un Plan de Negocios. 3. Identificar los distintos elementos que integran un Plan de Negocios.	• Presentación y perfil del emprendedor. • La micro, pequeña y mediana empresa. • Plan de Negocios: - El producto o servicio. - El mercado. - La comercialización. - El estudio técnico. - La organización y el recurso humano. - Análisis financiero.	PRESENCIAL	SEMIPRESENCIAL
		• Discusión Dirigida • Revisión bibliográfica. • Discusión grupal. Tormenta de ideas.	•Ejercicios de Desempeño. Ejemplos de aplicación. •Interacción en el aula virtual •Exposiciones modalidad video. •Materiales didácticos multimedia
ESTRATEGIAS DE EVALUACION:			
PRESENCIAL		SEMIPRESENCIAL	
• Evaluación Escrita. • Evaluación oral.		• Cuestionario en línea • Foros de discusión • Asignación de tareas • Videos, Blogs, Chat, Glosario, Wikis • Proyecto con Defensa • Evaluación Presencial	

UNIDAD III		OBJETIVO TERMINAL	
MERCADEO Y COMPETENCIAS E IDEAS DE NEGOCIOS.		ELABORAR ESTRATEGIAS DE MERCADEO Y MARKETING PARA EL LOGRO DE PLANES DE NEGOCIOS EXITOSOS.	
DURACION			
4 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 negocios.	• Mercadotecnia. • Marketing. • Competencia. • Precios. • Productos. • Canales de distribución.	PRESENCIAL	SEMIPRESENCIAL
		• Discusión dirigida. • Exposición del profesor. - Intervención de los alumnos.	•Ejercicios de Desempeño. - Ejemplos de aplicación. •Interacción en el aula virtual •Exposiciones modalidad video. •Materiales didácticos multimedia
ESTRATEGIAS DE EVALUACION:			
PRESENCIAL		SEMIPRESENCIAL	
• Evaluación escrita. • Exposición Oral.		• Cuestionario en línea • Foros de discusión • Asignación de tareas • Videos, Blogs, Chat, Glosario, Wikis • Proyecto con Defensa • Evaluación Presencial	

UNIDAD IV		OBJETIVO TERMINAL	
PROCESO LEGAL Y GUBERNAMENTAL		ESTUDIAR LOS ASPECTOS LEGALES Y GUBERNAMENTALES PARA LA CREACIÓN DE UNA PEQUEÑA Y MEDIANA EMPRESA.	
DURACION			
6 SEMANAS			
EVALUACION			
40%			
OBJETIVOS ESPECIFICOS	CONTENIDO	ESTRATEGIAS DE INSTRUCCION	
1. Analizar la pertinencia de los costos y el plan de inversiones para la creación de una pequeña y mediana empresa. 2. Identificar cabalmente aspectos legales y requerimientos gubernamentales para planes de negocios.	- Aspectos legales y requerimientos. - Plan de inversiones. - Costos. - Registro de marcas y patentes.	PRESENCIAL	SEMPRESENCIAL
		- Discusión dirigida. - Revisión bibliográfica. - Discusión grupal. - Tormenta de ideas.	- Ejercicios de Desempeño. Ejemplos de aplicación. - Interacción en el aula virtual - Exposiciones modalidad video. - Materiales didácticos multimedia
ESTRATEGIAS DE EVALUACION:			
PRESENCIAL		SEMPRESENCIAL	
- Evaluación escrita. - Exposición Oral.		- Cuestionario en línea - Foros de discusión - Asignación de tareas - Videos, Blogs, Chat, Glosario, Wikis - Proyecto con Defensa - Evaluación Presencial	

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 Emprende.** 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.