



1. DATOS DE IDENTIFICACIÓN DE LA UNIDAD DE APRENDIZAJE

Denominación: Desarrollo de Emprendedores			Tipo: Curso-taller	Nivel: Licenciatura
Área de formación: Básica Particular Obligatoria			Modalidad: Presencial	Prerrequisitos: Ninguno
Horas:	Teoría 40	Práctica 40	Total 80	Créditos: 8
				Clave del curso: 15113

B...

1. DESCRIPCIÓN

1.2. Descripción de la Unidad de aprendizaje y Objetivo general

La asignatura de Desarrollo de Emprendedores agrupa y aplica los conocimientos adquiridos en otras asignaturas, desarrollando el espíritu emprendedor para la creación de estrategias de negocios que proporcionen ventajas competitivas. Se abordan temas como habilidades del emprendedor, ética y valores, creatividad e innovación para iniciar en el ámbito empresarial de las micro, pequeña y mediana empresa.

Generar una cultura de emprendedores para la creación de una empresa con un enfoque ético y de responsabilidad social.

Desarrollar la creatividad en la innovación de alternativas empresariales.

Formular un plan de empresa viable para satisfacer necesidades en el mercado.

Conocer los requerimientos de información y obligación en la organización.

Alc...

1.3. Objetivos parciales

Unidad I. Conceptos básicos del emprendedor (10 horas).

Objetivo particular de la unidad: Conocer los principales conceptos para generar cultura de emprendedores para la creación de una empresa con un enfoque ético y de responsabilidad social.

Unidad II. Fundamentos de propiedad intelectual (10 horas).

Objetivo particular de la unidad: Identificar los principales fundamentos de la propiedad intelectual, que deberá aplicar en su plan de negocios. Con fundamento en las obligaciones de la organización.

Unidad III. Elaboración del plan de negocio o proyecto de empresa (6 horas).

Objetivo particular de la unidad: Formular un plan de empresa viable para satisfacer necesidades en el mercado.

Unidad IV. Selección y presentación de ideas (10 horas).

Objetivo particular de la unidad: Formular mediante la selección y presentación de ideas, las características principales de su empresa.

Unidad V. Mercado (8 horas).

Objetivo particular de la unidad: Desarrollar los principales elementos del mercado, apoyándose en la mercadotecnia e investigación de mercados, que requiere un plan de negocios.

Unidad VI. Áreas operativas (8 horas).

Objetivo particular de la unidad: Conocer las diversas áreas funcionales de la organización, para desarrollar de manera óptima el plan de negocios.

Unidad VI. Áreas operativas (8 horas).

Objetivo particular de la unidad: Conocer las diversas áreas funcionales de la organización, para desarrollar de manera óptima el plan de negocios.

[Handwritten signatures and scribbles]



1.4. Contenido temático sintético

- Unidad I. Conceptos básicos de emprendedor.
- Unidad II. Fundamentos de propiedad intelectual.
- Unidad III. Elaboración del plan de negocios.
- Unidad IV. Selección y presentación de ideas.
- Unidad V. Mercado.
- Unidad VI. Áreas operativas.
- Unidad VII. Presentación del proyecto.

1.5. Estructura conceptual (asociación mediante formas del contenido de la unidad de aprendizaje)

- Unidad I. Conceptos básicos del emprendedor**
- 1.1 Concepto de emprendedor.
 - 1.2 Características del emprendedor.
 - 1.3 Habilidades del individuo como emprendedor.
 - 1.4 Trabajo en equipo.
 - 1.5 Ética y valores.
 - 1.6 La importancia de iniciar un negocio y su comparación con la compra de un negocio ya establecido.
 - 1.7 Marco socio económico y su impacto en las empresas.
 - 1.8 Definición de Creatividad e innovación.

- Unidad II. Fundamentos de propiedad intelectual**
- 2.1. Antecedentes Generales.
 - 2.2 Marco Jurídico.
 - 2.3 Marcas y Patentes.
 - 2.4 Procedimientos de registro de la propiedad intelectual.
 - 2.5 La defensa de la propiedad intelectual.
 - 2.6 Contratos de protección.

- Unidad III. Elaboración del plan de negocio o proyecto de empresa**
- 3.1 Concepto de plan de negocio.
 - 3.2 Ventajas de elaborar un plan de negocios.
 - 3.3 Características del plan de negocios.

- Unidad IV. Selección y presentación de ideas**
- 4.1 Justificación.
 - 4.2 Nombre de la empresa.
 - 4.3 Clasificación y tamaño de la empresa.
 - 4.4 Ubicación de la empresa.
 - 4.5 Filosofía de la Empresa: Misión visión y objetivos.
 - 4.6 Análisis DOFA.



UNIVERSIDAD DE GUADALAJARA

Centro Universitario de Tonalá

División de Ciencias Económicas, Empresa y Gobierno

Departamento de Emprendimiento, Comercio y Empresa

Unidad V. Mercado

- 5.1 Objetivos de mercadotecnia.
- 5.2 Ventaja Competitiva.
- 5.3 Investigación de mercado.
- 5.4 Análisis de mercado.
- 5.5 El Benchmarking.
- 5.6 Mezcla de mercadotecnia.
- 5.7 Presupuesto de ventas.
- 5.8 Estrategias de Introducción al Mercado.

Unidad VI. Áreas operativas

- 6.1 Producción.
 - 6.1.1 Objetivos de producción.
 - 6.1.2 Descripción específica del producto o servicio.
 - 6.1.3 Proceso de producción.
 - 6.1.4 Equipo e instalaciones.
 - 6.1.5 Materia prima.
 - 6.1.6 Capacidad instalada.
- 6.2 Recursos humanos.
 - 6.2.1 Objetivos de recursos humanos.
 - 6.2.2 Estructura organizacional.
 - 6.2.3 Reclutamiento, selección y contratación.
 - 6.2.4. Sueldos y salarios.
- 6.3 Marco legal.
 - 6.3.1 Régimen legal.
 - 6.3.2 Trámites y licencias.
- 6.4 Factores técnicos.
- 6.5 Finanzas.
 - 6.5.1 Objetivos de finanzas.
 - 6.5.2 Sistema contable de la empresa.
 - 6.5.3 Estados financieros.
 - 6.5.4 Flujo de efectivo.
 - 6.5.5 Estado de pérdidas y ganancias.
 - 6.5.6 Balance general.
 - 6.5.7 Razones financieras.

Unidad VII. Presentación del proyecto

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

1.6. Modalidades del proceso enseñanza aprendizaje

Aprendizaje basado en casos de enseñanza

F. Rivera

Carolina

[Handwritten signature]

[Handwritten signature]

[Handwritten signature]

[Handwritten signature]



1.7. Conocimientos, aptitudes, actitudes, valores, capacidades y habilidades que el alumno deberá adquirir con la unidad de aprendizaje

- Capacidad de comunicación oral y escrita,
- Habilidades para trabajo en grupo,
- Conocimientos de desarrollo sustentable,
- Valores y ética profesional
- Habilidades para emprender
- Fomento de la creatividad e innovación

1.8. Relación con el perfil de egreso

1.9. Campo de aplicación profesional de los conocimientos promovidos en la unidad de aprendizaje

[Handwritten signature]

[Handwritten signature]

[Handwritten signature]

[Handwritten signature]



1.10. Modalidad de evaluación y factores de ponderación

Aspecto a evaluar	Ponderación
Proyecto final 40 %	40%
Exposición de proyecto final	10 %
Actividades y tareas	30%
Exposiciones	5 %
Participación	5 %

[Handwritten signature and scribbles in blue ink]

2. BIBLIOGRAFÍA

3.1. Bibliografía básica

- Alcazar Rodríguez, R. (2011). El emprendedor de éxito. México: Mc Graw Hill (658.40 ALC)
- Freire, A. (2011). Pasión por emprender. De la idea a la cruda realidad. México. Primera edición en Punto de Lectura (658.11 FRE)
- García, E.; Garza, R. Sáenz, L. Sepúlveda, L. (2004). Formación de emprendedores. México. Universidad Autónoma de Nuevo León. Ed. CECSA (658.11 FOR)
- Olmos Arrayales, J. (2007). Tu potencial emprendedor. México: Pearson (658.4092 OLM)
- Rhonda Abrams (2010). Successful Business Plan. Palo Alto California: 5ta. Edición. Ed. The Planning Shop

3.2. Bibliografía complementaria

- Amaro, A. (2008). *Administración para emprendedores*. México. Primera edición. Ed. PEARSON (658.11 AMA)
- Jones, V. (2012). Entrepreneurship in México. En Brenes, E.R. y Ibar, J. (Eds.). The future of entrepreneurship in Latin America (pp. 190-213). Ed. Palgrave Macmillan
- Peng, M. W. (2006). Global Strategy. Cincinnati: Thomson South-Western.
- Mahoney, J. (2005). Economic Foundations of Strategy. Thousand Oaks, CA: Sage.

4. LUGAR Y FECHA DE LA ELABORACIÓN o ÚLTIMA ACTUALIZACIÓN

Tonalá, Jalisco a 20 de Julio de 2017

5. PARTICIPANTES EN LA ELABORACIÓN / ACTUALIZACIÓN DEL PROGRAMA

- Elizabeth García Domínguez
- Yolanda Navarro Flores
- Miguel Briones Blanco
- Felipe de Jesús Montaña Cervantes

[Handwritten signatures and scribbles in blue ink]



UNIVERSIDAD DE GUADALAJARA
Centro Universitario de Tonalá
División de Ciencias Económicas, Empresa y Gobierno
Departamento de Emprendimiento, Comercio y Empresa

6. INSTANCIAS QUE APROBARON EL PROGRAMA

- Academia de Desarrollo de Negocios
- Colegio Departamental del departamento de Emprendimiento Comercio y Empresa