



Centro Universitario de Tonalá

| |
|------------------------------------|
| Nombre de la Materia |
| Formación de Emprendedores |
| Departamento |
| Ciencias Económico Administrativas |
| Academia |
| Administración |

| Clave | Horas-teoría | Horas-práctica | Horas-AI | Total-horas | Créditos |
|--------------|----------------------------|----------------|--------------|----------------|----------|
| I3803 | 20 | 40 | 3 | 60 | 6 |
| Nivel | Carrera | | Tipo | Prerrequisitos | |
| Licenciatura | Administración de Negocios | | Curso-taller | Ninguno | |

| |
|--|
| Área de formación |
| Especializante Obligatoria |
| Objetivo general |
| Formar al estudiante con bases teóricas y empíricas de la cultura emprendedora, potencializando su capacidad de crear ideas y adaptándose a las necesidades del entorno, identificando oportunidades de negocio. |

| |
|--|
| Unidad 1 Cultura y Filosofía del emprendedor |
| Objetivo particular |
| Fomentar la cultura emprendedora en el estudiante y analizar la implicación que lleva el ser emprendedor |
| Contenido |
| <ul style="list-style-type: none"> 1.1 ¿Qué es la cultura emprendedora? 1.2 El rol de la cultura en el emprendimiento 1.3 Definiciones de emprendedor 1.4 Tipos de emprendedor 1.5 Importancia de emprender 1.6 El emprendedor: ¿se nace o se hace? 1.7 Valores del emprendedor 1.8 Éxito y fracaso del emprendedor 1.9 El equipo de emprendedores <ul style="list-style-type: none"> 1.9.1 Importancia de saber elegir a los socios 1.9.2 La importancia de los talentos 1.9.3 ¿Homogeneidad o diversidad? 1.9.4 Del grupo al equipo: las 6 D's 1.9.5 Claves para armar un buen equipo |

Centro Universitario de Tonalá
Licenciatura en Administración de Negocios

- 1.10 ¿Por qué emprender?
- 1.11 ¿Cómo comenzar a emprender?
- 1.12 ¿Qué se necesita para emprender?
- 1.13 Pensamiento crítico: herramienta del innovador
- 1.14 Emprendimiento e innovación

Referencias a fuentes de información

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)**

Amaro, A. (2008). *Administración para emprendedores*. México. Primera edición. Ed. PEARSON **(658.11 AMA)**

Unidad 2 El emprendedor en el contexto socio-económico mexicano

Objetivo particular

El alumno conocerá el entorno socio-económico empresarial de nuestro país, con el fin de que se dé cuenta del panorama general al que los emprendedores se enfrentan día a día.

Contenido

- 2.1 Entrepreneurship en México
- 2.2 Capacidad empresarial en México
- 2.3 Condiciones del ambiente económico mexicano
- 2.4 Estructura del mercado empresarial en México
 - 2.4.1 Estructuras de mercado
 - 2.4.2 Índices de concentración
 - 2.4.3 Barreras de entrada al mercado
- 2.5 Entrepreneurship, gobierno y economía
- 2.6 Triple hélice del desarrollo. Relación Universidad-Gobierno-Empresa
- 2.7 Innovación (Ciencia y Tecnología)
- 2.8 Instituciones gubernamentales enfocadas al emprendedor
 - 2.8.1 Instituto Nacional del Emprendedor (INADEM)
 - 2.8.2 Fondo Nacional del Emprendedor

Referencias a fuentes de información

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 Ibarra, J. (Eds.). *The future of entrepreneurship in Latin America* (pp. 190-213). Ed. Palgrave Macmillan

Centro Universitario de Tonalá
Licenciatura en Administración de Negocios

| |
|---|
| Unidad 3 Generación de valor y ventaja competitiva |
| Objetivo particular |
| El alumno identificará las teorías y autores más relevantes en el ámbito de la generación de valor y ventaja competitiva sobre una empresa. |
| Contenido |
| <ul style="list-style-type: none">3.1 Teoría de comportamiento de la firma3.2 Teoría de costos de transacción3.3 Teoría de los derechos de propiedad3.4 Teoría de la agencia3.5 Teoría de recursos y capacidades3.6 Teoría de capacidades dinámicas |
| Referencias a fuentes de información |
| Peng, M. W. (2006). <i>Global Strategy</i> . Cincinnati: Thomson South-Western. |
| Mahoney, J. (2005). <i>Economic Foundations of Strategy</i> . Thousand Oaks, CA: Sage. |
| Unidad 4 Generación de idea de negocio |
| Objetivo particular |
| Identificar oportunidades e ideas de negocios por parte del alumno, para que en un futuro puedan ser validadas e implementadas |
| Contenido |
| <ul style="list-style-type: none">4.1 Creatividad y generación de ideas4.2 Algunas técnicas para fomentar la creatividad4.3 ¿De dónde surgen las ideas?4.4 Una guía para detectar oportunidades: el proceso "Lupa Deductiva"4.5 Desarrollo de ideas4.6 Modelo Canvas |
| Referencias a fuentes de información |
| Freire, A. (2011). <i>Pasión por emprender. De la idea a la cruda realidad</i> . México. Primera edición en Punto de Lectura (658.11 FRE) |
| García, E., Garza, R., Sáenz, L. Sepúlveda, L. (2004). <i>Formación de emprendedores</i> . México. Universidad Autónoma de Nuevo León. Ed. CECSA (658.11 FOR) |
| |

Centro Universitario de Tonalá
Licenciatura en Administración de Negocios

| Criterios de Evaluación (% por criterio) | |
|--|-----|
| Examen | 30% |
| Trabajo final | 40% |
| Análisis de casos prácticos | 20% |
| Participación | 10% |

| Participantes en la elaboración | |
|---------------------------------|------------------------------------|
| Código | Nombre |
| 2950187 | Francisco Javier Orizaga Trejo |
| 2716917 | Aimée Pérez Esparza |
| 2624966 | Gustavo Vaca Medina |
| 2909502 | Miguel Briones Blanco |
| 2135752 | José Conchas Carrillo |
| 2952114 | Zayda Anahí Naranjo Martínez |
| 2952121 | Armando Francisco Cambroni de Anda |
| 2954628 | Enore Adriana Chávez Jiménez |

| Fecha | | | |
|---------------|-------------------------|------------------------------------|------------------|
| Elaboración | Aprobación por Academia | Autorización Colegio Departamental | Próxima Revisión |
| Julio de 2014 | Julio de 2014 | Julio 2014 | Enero 2016 |