



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