



Nombre de la Asignatura: DESARROLLO DE EMPRENDEDORES 0

a) Generalidades

		Código:	DEM 0	Duración del Ciclo en Semanas:	16
Prerrequisito (s):	34 Materias aprobadas	Ciclo Académico:	VIII	Duración /Hora Clase - Minutos	50
		Área:	Especializada	Número /Hora Clase por Ciclo:	64
		U.V.:	3	Horas Teóricas/ Semanales:	2
				Horas Prácticas/ Semanales:	2

b) Descripción de la Asignatura:

Esta asignatura está diseñada para conocer los fundamentos para la creación y gestión de nuevos negocios y la aplicación de los conceptos y técnicas de la administración a dicho proceso creativo de tal manera, que dé la oportunidad de ser emprendedores, abrir un negocio y vivenciar lo que es un plan de negocios, en un procedimiento dinámico proyectando la empresa en el futuro, prever dificultades e identificar posibles soluciones a las coyunturas que pudiesen presentarse.

c) Objetivo General de la Asignatura:

Objetivos Cognitivos:

Experimentar la elaboración de un plan de negocios.

Objetivos Procedimentales:

Crear un plan de negocios, desarrollando habilidades emprendedoras de adaptación a los cambios y respuestas del mercado.

Objetivos Actitudinales:

Integrar grupos en la elaboración de un plan de negocios.

d) Contenidos:



UNIDAD I ESPÍRITU EMPRENDEDOR

Contenido:

- 1.1 Capacidad empresarial.
- 1.2 Ventajas y desventajas de ser emprendedor.
- 1.3 Que es una empresa.
- 1.4 Organizaciones informales o pequeños negocios informales.
- 1.5 Empresa exitosa.
- 1.6 Usted como administrador general de la empresa

UNIDAD II ELECCIÓN DEL NEGOCIO

Contenido:

- 2.1 Desarrollo de un nuevo negocio.
- 2.2 Evaluación de ideas de producto.
- 2.3 Adquisición de un negocio existente.

UNIDAD III PROCESO DE DESARROLLO DE NUEVOS PRODUCTOS

Contenido:

- 3.1 Creatividad e innovación
- 3.2 Estudio de mercado.
- 3.3 Factibilidad técnica.
- 3.4 Análisis de rentabilidad
- 3.5 Desarrollo del producto.
- 3.7 Prueba del producto.
- 3.8 Pruebas de mercado.
- 3.9 Introducción y lanzamiento

UNIDAD IV PLAN DE NEGOCIOS

Contenido:

- 4.1. Etapas en la elaboración del plan de negocios
- 4.2. Análisis de mercado
- 4.3. Análisis del sector y de la compañía
- 4.4. Análisis del mercado propiamente dicho



- 4.4.1 Producto / Cliente
- 4.4.2 Clientes
- 4.4.3 Competencia
- 4.4.4 Tamaño del mercado global
- 4.4.5 Tamaño de *mi* mercado
- 4.5. Plan de mercado
 - 4.5.1 Estrategia de precio
 - 4.5.2 Estrategia de venta
 - 4.5.3 Estrategia promocional
 - 4.5.4 Estrategia de distribución
 - 4.5.5 Políticas de servicios
 - 4.5.6 Tácticas de ventas
 - 4.5.7 Planes de contingencia
- 4.6. Análisis Técnico
 - 4.6.1 Análisis del producto
 - 4.6.2 Instalaciones físicas
 - 4.6.3 Equipos y maquinaria
 - 4.6.4 Distribución de planta
 - 4.6.5 Plan de producción
 - 4.6.6 Plan de consumo
 - 4.6.7 Plan de compras
 - 4.6.8 Sistemas de control
- 4.7. Análisis Administrativo
 - 4.7.1 Grupo empresarial
 - 4.7.2 Personal ejecutivo
 - 4.7.3 Organización
 - 4.7.4 Empleados
 - 4.7.5 Organizaciones de apoyo
- 4.8. Análisis legal y social
 - 4.8.1 Análisis ambiental
 - 4.8.2 Análisis social
- 4.9. Análisis económico
 - 4.9.1 Inversión en activos fijos
 - 4.9.2 Inversión en capital de trabajo
 - 4.9.3 Presupuesto de ingresos
 - 4.9.4 Presupuesto de Ingresos
 - 4.9.5 Presupuesto de materias primas, servicios e insumos
 - 4.9.6 Presupuesto de personal
 - 4.9.7 Presupuesto de otros gastos
 - 4.9.8 Deducciones tributarias
- 4.10 Análisis de valores personales



- 4.11 Análisis financiero
 - 4.11.1 Flujo de caja
 - 4.11.2 Estado de Resultados.
 - 4.11.3 Balance
- 4.12 Análisis de riesgos e intangibles
 - 4.12.1 Riesgos de mercado
 - 4.12.2 Riesgos técnicos
 - 4.12.3 Riesgos económicos
 - 4.12.4 Riesgos financieros
- 4.13 Evaluación integral del proyecto
 - 4.13.1 Evaluación de contado
 - 4.13.2 Evaluación con financiación
 - 4.13.3 Análisis de sensibilidad
 - 4.13.4 Análisis de estructura financiera
 - 4.13.5 Evaluación integral.

UNIDAD V EMPRESAS FAMILIARES

Contenido:

- 5.1 Definición de empresas familiares.
- 5.2 Objetivos de los sistemas familia - empresa.
- 5.3. La empresa familiar como un sistema.
- 5.4 El cambio generacional en la empresa familiar.
- 5.5. Los roles de la empresa familiar.
- 5.6 Los problemas más frecuentes en la empresa familiar..

UNIDAD VI LAS PYMES EN EL SALVADOR

- 6.1 Las PYMES en El Salvador.
- 6.2 Estructura organizativa tradicional.
- 6.3 Sectores de mayor participación de las PYMES.
- 6.4 Principales mercados nacionales e internacionales de las PYMES.
- 6.5 Principales obstáculos para su desarrollo.
- 6.6 Desafíos de las Pymes en el futuro.

e) Estrategia Metodológica:

El estudiante construirá su propio conocimiento a partir de los elementos otorgados por el docente, quien desarrolla el papel de facilitador, través de las siguientes actividades de aprendizaje:



El 50% del total de horas, el docente guiará el aprendizaje a través de *clases magistrales y dialogadas*, con apoyo en los resultados de las investigaciones de campo y bibliográficas realizadas por los alumnos, donde se dé un intercambio de opiniones y argumentos sobre el tema que se desarrolla.

El otro 50% del total de horas, se desarrollará un Plan de Negocios, de manera específica, por los equipos de trabajo que se establezcan.

Para finalizar el ciclo, los estudiantes organizarán una feria donde expondrán sus proyectos empresariales innovadores.

Estas actividades quedan a consideración del catedrático, pudiendo utilizar otros métodos y técnicas alternativos que favorezcan el proceso de enseñanza - aprendizaje de acuerdo con el modelo educativo definido por la Universidad.

f) Bibliografía:

Nombre de laObra	Autor	Casa editora	País	Año de edición	No. de ejemplares en biblioteca
COMO CREAR UNA EMPRESA: LO QUE TODO EMPRENDEDOR DEBE SABER	IRIZAR, IÑACIO	EDICIONES GESTIÓN 2000	ESPAÑA	2003	3
EL EMPRENDEDOR DE ÉXITO – GUÍA DE PLANES DE NEGOCIOS	ALCARAZ RODRÍGUEZ, RAFAEL	MCGRRAW HILL INTERAMERICANA	MEXICO	2006	6
ADMINISTRACION PARA EMPRENDEDORES	ANTONIO CESAR AMARU	PEARSON	MEXICO	2008	8