

	<b>Contenidos Programáticos Programas de Pregrado</b>	<b>Código</b>	FGA-23 v.03
		<b>Página</b>	1 de 4

**FACULTAD:** CIENCIAS ECONÓMICAS Y EMPRESARIALES

**PROGRAMA:** ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS

**DEPARTAMENTO DE:** FONOAUDIOLOGIA

**CURSO:**  **CÓDIGO:**

**ÁREA:**

**REQUISITOS:**  **CORREQUISITO:**

**CRÉDITOS:**  **TIPO DE CURSO:**

**FECHA ÚLTIMA ACTUALIZACIÓN**

**JUSTIFICACIÓN**

La cultura y el espíritu emprendedor son hoy una necesidad especialmente en los países en desarrollo específicamente en Latinoamérica, donde es evidente la escasez de personas con facilidad de identificar ideas de negocios ya sea en empresas existentes o en las que se quieren formalizar, en las cuales se pueden visualizar oportunidades o ideas nuevas viables que ofrezcan las posibilidades de crear nuevas empresas generando desarrollo, calidad de vida, rentabilidad y empleo.

En nuestro país Colombia esta necesidad se ha constituido en parte de las políticas nacionales, desde la Ley 1014 de 2006 y la Ley 2069 de 2020 que pretende el fomento a la cultura del emprendimiento como la forma de promover la generación de oportunidades laborales, por lo consiguiente es una prioridad formar personas con cultura y espíritu emprendedor que ayuden a dinamizar los actuales negocios y crear nuevas empresas sostenibles con visión de futuro.

**OBJETIVO GENERAL**

Estructurar la capacidad emprendedora del estudiante mediante el desarrollo de la habilidad para identificar ideas de negocios viables y sostenibles.

**OBJETIVOS ESPECIFICOS**

- Conocer la actitud y aptitud del estudiante como emprendedor
- Describir el modelo de negocio al cual se le va a realizar la planificación respectiva.
- Analizar la competitividad del modelo de negocio aplicado.
- Diseñar detalladamente el proceso productivo del negocio en planeación.
- Estructurar la parte organizacional y gerencia.

	<b>Contenidos Programáticos Programas de Pregrado</b>	<b>Código</b>	FGA-23 v.03
		<b>Página</b>	2 de 4

## COMPETENCIAS

Proponer y estructurar su propia idea de negocio, a partir de la identificación de las oportunidades del entorno, fundamentada en la viabilidad técnica, comercial, operativa y financiera

## UNIDADES

TEMA	HORAS DE CONTACTO DIRECTO	HORAS DE TRABAJO INDEPENDIENTE DEL ESTUDIANTE
<b>UNIDAD 1</b> <b>Generalidades del Empresarismo</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>○ Generalidades y conceptualización del espíritu emprendedor.</li> <li>○ Espíritu emprendedor y desarrollo socioeconómico</li> <li>○ Perfil emprendedor</li> <li>○ Actitud emprendedora</li> <li>○ Cultura emprendedora</li> </ul>	20	40
<b>UNIDAD 2</b> <b>Aspectos legales sobre el emprendimiento – Conceptos</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>○ Normatividad: Ley 1014 de 2006; Ley 2069 de 2020.</li> <li>○ Empresa</li> <li>○ Clasificación de las empresas.</li> <li>○ Proceso para la creación de empresa.</li> <li>○ Estructura de un Plan de Negocio</li> </ul>	10	20
<b>UNIDAD 3</b> <b>Generalidades sobre el plan de negocios.</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>○ ¿Por qué crear un plan de negocios?</li> <li>○ Consejos para poder escribir un plan de negocios.</li> <li>○ Funciones de un plan de negocio.</li> <li>○ Información presentada en un plan de negocio.</li> </ul>	8	4



**Contenidos Programáticos Programas de Pregrado**

**Código**

FGA-23 v.03

**Página**

3 de 4

**UNIDAD 4**

**Descripción y análisis de competitividad del modelo de negocio**

- Descripción del Tipo de Innovación.
- Propuesta de Valor.
- Segmentos de clientes.
- Canales de Distribución.
- Estrategias de relacionamiento y fidelización de Clientes.
- Descripción de actividades Clave del Modelo de Modelo de Negocio.
- Descripción de Recursos Clave para el Modelo de Modelo de Negocio.
- Análisis de competitividad
- Análisis del Sector y entorno empresarial al que pertenece el modelo de negocio desde la perspectiva Local, Regional, Nacional o Internacional.
- Análisis del Mercado a Nivel Local, Regional, Nacional o Internacional.
- Análisis de la Competencia a Nivel Local, Regional, Nacional o Internacional.

20

10

	<b>Contenidos Programáticos Programas de Pregrado</b>	<b>Código</b>	FGA-23 v.03
		<b>Página</b>	4 de 4

<p><b>UNIDAD 5</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>○ Diseño del proceso productivo y plan de marketing.</li> <li>○ Descripción del Producto o Servicio.</li> <li>○ Esquema y/o mapa del Proceso Productivo.</li> <li>○ Distribución de las áreas de trabajo.</li> <li>○ Diseño y posicionamiento de Marca y líneas de productos servicios.</li> <li>○ Estrategias de Distribución y plan de ventas.</li> <li>○ Estrategias de Captación, Fidelización y Servicio de Clientes</li> <li>○ Políticas de precios, promociones y Cartera.</li> <li>○ Estrategias de Aprovisionamiento.</li> <li>○ Plan de Medios.</li> <li>○ Presupuesto Plan de Marketing</li> </ul>	20	10
---	----	----

	<b>Contenidos Programáticos Programas de Pregrado</b>	<b>Código</b>	FGA-23 v.03
		<b>Página</b>	5 de 4

<b>UNIDAD 6</b>  <b>Estructura organizacional y Administrativa</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>○ Capacidades y Oportunidades de la Empresa análisis interno y externo (DOFA)</li> <li>○ Organigrama, Misión, Visión y Objetivos.</li> <li>○ Recursos humanos manual de funciones, proceso de reclutamiento, contratación, entrenamiento y selección.</li> <li>○ Descripción de Procesos de Comunicación interna de la empresa.</li> </ul>	16	8
--	----	---

## METODOLOGÍA

Las horas de acompañamiento directo de los cursos se realizarán de manera presencial. Durante el desarrollo de la temática se aplicará actividades como:

- Método expositivo
- Proyecto de aula
- Método aprendizaje basado en problemas

Herramientas pedagógicas y didácticas:

- Casos aplicados, proyectos de aula.
- Herramientas digitales
- Clases interactivas (clases en video, entrega anterior de pdf)
- Participación en actividades de emprendimiento.

	<b>Contenidos Programáticos Programas de Pregrado</b>	<b>Código</b>	FGA-23 v.03
		<b>Página</b>	6 de 4

## SISTEMA DE EVALUACIÓN

Según reglamentación vigente Universidad de Pamplona:

De tipo cuantitativo. 1°, 2° y 3° Parciales programados por la Universidad para medir el cambio en el aprendizaje. De tipo cualitativo: Se evaluará el interés y la disposición para trabajar en equipo.

Ejercicios, investigaciones y quices.

De acuerdo a las disposiciones reglamentarias vigentes de la Universidad de Pamplona.

### 1. Primer parcial

1.1. Evaluación Escrita 20%

1.2. Quices, trabajos 15%

### 2. Segundo parcial

2.1 Evaluación Escrita 20%

2.2 Quices, trabajos 15%

### 3. Tercer parcial

3.1 Evaluación Escrita 20%

3.2 Quices, trabajos 15%

## BIBLIOGRAFIA BÁSICA

ABRAMS, R. (2003). El éxito de un plan de negocios: Secretos y Estrategias.

BORELLO, A. (1994). *El plan de negocios*. Ediciones Díaz de Santos.

MARIOTTI, S., & Glackin, C. (2007). *Entrepreneurship: Starting and operating a small business*. Upper Saddle River, NJ: Pearson Prentice Hall.

PINZÓN, L., & Jinnette, J. (2003). Anatomía de un Plan de Negocios. *Chicago: Dearborn Tarde*.

VINIEGRA, S. (2007). *Entendiendo el plan de negocios*. Lulu. com.

	<b>Contenidos Programáticos Programas de Pregrado</b>	<b>Código</b>	FGA-23 v.03
		<b>Página</b>	7 de 4

## BIBLIOGRAFÍA COMPLEMENTARIA

- BREUER, H. (2013). Lean venturing: Learning to create new business through exploration, elaboration, evaluation, experimentation, and evolution. *International Journal of Innovation Management*, 17(03), 1340013.
- CASTAÑEDA, L. (2005). *Implementación arte de convertir los planes de negocios en resultados rentables*. Panorama Editorial.
- FERNÁNDEZ-Salineró Miguel, C. (1999). El diseño de un plan de formación como estrategia de desarrollo empresarial: estructura, instrumentos y técnicas. *Revista Complutense de Educación*, 10(1), 181-242.
- FINCH, B. (2001). *Cómo desarrollar un plan de negocios*. Gedisa SA.
- MAITLAND, I. (1998). *Planes eficaces de negocios en una semana*. Panorama Editorial SA De CV
- SÁNCHEZ LOZANO, A., & Cantú Delgado, H. (1993). El plan de negocios del emprendedor. *Editorial McGraw-Hill. México*.
- SAHLMAN, W. A. (1997). How to write a great business plan. *Harvard business review*, 75(4), 98-109.
- SIEGEL, E. S., & Ford, B. R. (1994). *El plan empresarial: la guía de Ernst & Young*. Ediciones Díaz de Santos.
- THOMSEN, M. (2009). *El plan de negocios dinámico*. Thomsen Business Information.

## DIRECCIONES ELECTRÓNICAS DE APOYO AL CURSO

ALFAOMEGA  
GALE  
GESTIÓN HUMANA  
MCGRAW HILL  
MULTILEGIS  
OXFORD JOURNALS  
PEARSON  
SAGE JOURNALS  
SCIENCEDIRECT  
SCIVERSE SCOPUS  
SPRINGERLINK