

Historia del programa

Lugar y fecha de elaboración	Participantes	Observaciones (Cambios y justificaciones)
Cancún, Q. Roo. 22 de Abril de 2010	M.C. Nancy Aguas García. M.I. Marcelo Hugo Sánchez Núñez.	Revisión de academia en cuanto formato, objetivos y contenido.

Relación con otras asignaturas

Anteriores	Posteriores
Asignatura(s) a) Principios de administración b) Contabilidad financiera c) Planeación y evaluación de proyectos industriales d) Abastecimientos e) Costos Tema(s) a) Estudio técnico, financiero y apoyos gubernamentales para la elaboración de un plan de negocios	Asignatura(s) a) Planeación y evaluación de proyectos industriales Tema(s) a) Estudio de mercado.

Nombre de la asignatura	Departamento o Licenciatura
Taller de emprendedores	Ingeniería Industrial

Ciclo	Clave	Créditos	Área de formación curricular
3 - 4	II0422	6	Licenciatura Elección Libre

Tipo de asignatura	Horas de estudio			
	HT	HP	TH	HI

Objetivo(s) general(es) de la asignatura

Objetivo cognitivo

Asociar las habilidades creativas y emprendedoras para la generación de un proyecto de negocios innovador en el campo de su profesión.

Objetivo procedimental

Elaborar planteamientos de proyectos de negocios, a partir de conocimiento técnicos, administrativos y financieros, para el desarrollo de un Plan de Negocios.

Objetivo actitudinal

Propiciar el espíritu proactivo y emprendedor en el desarrollo de proyectos para la reducción del riesgo de inversión.

Unidades y temas

Unidad I. LA CREATIVIDAD Y EL ESPIRITU EMPRENDEDOR.

Explicar los diferentes aspectos y formas de la estimulación de la creatividad hacia la creación de empresas y proyectos productivos, destacando las características del espíritu emprendedor para que alcance el liderazgo transformador.

- 1) Concepto de creatividad
- 2) Necesidad de innovadores
- 3) Espíritu emprendedor
- 4) Perfil del emprendedor
- 5) Liderazgo transformador

Unidad II. ESTUDIO DE MERCADO

Aplicar las diferentes fases de un estudio de mercado para la disminución del grado de incertidumbre en un proyecto de inversión.

- 1) Definición de producto o servicio

- 2) Localización de mercado objetivo
- 3) Análisis de oferta y demanda
- 4) Balance entre la oferta y la demanda
- 5) Tendencias a corto y mediano plazo
- 6) Estrategia de mercado

Unidad III. PLAN DE NEGOCIO

Verificar la factibilidad técnica y financiera de la fabricación de un producto o servicio, así como la determinación de la inversión y los costos, para la definición de las condiciones de desarrollo de un proyecto industrial.

- 1) Estudio técnico
 - a) Volumen de producción y tamaño de la planta
 - b) Localización y distribución de la planta
 - c) Ingeniería del proyecto y tecnología de proceso
- 2) Estudio financiero
 - a) Inversión y estimación de costos
 - b) Determinación del punto de equilibrio
 - c) Estado de resultados proyectados
- 3) Plan para la futura empresa
- 4) Apoyos financieros, técnicos y gubernamentales

Actividades que promueven el aprendizaje

Docente

Promover el trabajo colaborativo en la definición de propuestas de solución a problemas determinados.
Coordinar la discusión de casos prácticos.
Realizar foros para la discusión de temas o problemas.

Estudiante

Realizar tareas asignadas
Participar en el trabajo individual y en equipo
Resolver casos prácticos
Discutir temas en el aula
Participar en actividades extraescolares

Actividades de aprendizaje en Internet

El estudiante deberá acceder al portal para la lectura de artículos:

<http://www.gestiopolis.com/innovacion-emprendimiento/>

<http://emprendedor.com/portal/>

<http://www2.esmas.com/emprendedor>

Criterios y/o evidencias de evaluación y acreditación

Criterios

Examen

Tareas

Evidencias individuales

Evidencias grupales

Total

Porcentajes

30

20

30

20

100

Fuentes de referencia básica

Bibliográficas

Alcaraz R. (2001). El emprendedor de éxito, guía de planes de negocios. México: Mc.Graw Hill.

Baca U., G. (2001) Evaluación de Proyectos. México: Mc Graw Hill.

Grabinsky, B. (2002). Un camino de esperanza: Testimonio de casos reales de microempresas. México. Fundación

ProEmpleo Productivo A.C.

Hiam, A. (1997) Guía del emprendedor. México: Prentice Hall Hispanoamericana.

Shesky, L. (1999) Los emprendedores no nacen, se hacen. México: Mc Graw Hill.

Web gráficas

www.centro-emprende.com

www.proempleo.com

www.SoyEntrepreneur.com

Fuentes de referencia complementaria

Bibliográficas

Bridges, W. (1997) Cómo crear nuevas oportunidades de trabajo. Mexico: Pearson Educación.

Barret, F. J. & FRY, R. E. (2008) Indagación Apiciativa. Un enfoque positivo para construir capacidad cooperativa, Montevideo, Xn.

Demac. (1991) Desarrollo de emprendedores. México: Mc Graw-Hill.

Rodríguez, M. (1997) El pensamiento creativo integral. México: Mc Graw-Hill

Rovira C. & Álex. (2003) La brújula interior. Conocimiento y éxito duradero, Barcelona, Empresa Activa.

Web gráficas

<http://networkingactivo.com/>

<http://networkingactivo.com/blog/>

<http://revista.networkingactivo.com/>

Perfil profesiográfico del docente

Académicos

Licenciado en ingeniería industrial, administración o negocios.

Docentes

Tener experiencia docente a nivel superior mínima de 3 años en ingeniería o negocios.

Profesionales

Experiencia en creación de empresas y en realizar planes de negocio y estudios de mercado.