

## 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 en Telemática

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.

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

### **Web gráficas**

[www.centro-emprende.com](http://www.centro-emprende.com)

[www.proempleo.com](http://www.proempleo.com)

[www.SoyEntrepreneur.com](http://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 Apreciativa. 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.