



**ANEXO N°: X**

**Resolución de Consejo Directivo N° 448/13**

**PROGRAMA ANALÍTICO**

**CARRERA: Ingeniería Industrial**

**Plan: 2007**

**Asignatura: FORMACIÓN DE EMPRENDEDORES**

**Clase: Anual**

**Horas Totales: 96**

**Bloque: Tecnologías Básica**

**Área: Económico-Administrativo**

**Horas Semanales: 3 (tres)**

**Pre-requisitos**

**Para Cursar, Tener Cursada:**

Comercialización

Costos y presupuestos

**Para Cursar, Tener Aprobada:**

Ingeniería y sociedad

Administración General

Economía General

**Para Rendir, Tener Aprobada:**

Comercialización

Costos y presupuestos

**OBJETIVOS GENERALES**

- Contribuir al descubrimiento de capacidades personales y grupales para emprender.
- Sensibilizar sobre oportunidades de innovación y nuevas formas de gestión de emprendimientos productivos.
- Involucrar al alumno para que formar parte del desarrollo del país, desde su posición de futuro empresario, concientizándolo del medio ambiente, su aporte social y al desarrollo del país.
- Generar actitudes proactivas hacia la gestación de ideas, proyectos, emprendimientos y acciones.

**OBJETIVOS ESPECÍFICOS:** El alumno deberá poder adquirir las siguientes capacidades:

- Aplicar las herramientas - conceptuales y prácticas para visualizar e identificar las oportunidades, amenazas, debilidades y fortalezas de los emprendimientos y su factibilidad técnico - económica.
- Utilizar las herramientas empresarias para el desarrollo de su propio emprendimiento
- Aplicar herramientas de diseño de productos innovadores, articulando con el sector científico nacional.



- Capacidad para llevar adelante emprendimientos (propios, asociativos o terceros) en su etapa inicial como conductor de la idea-proyecto.
- Capacidad para convertir las ideas en proyectos emprendedores factibles, sustentados económica e industrialmente.
- Orientar a los alumnos en el análisis de sus proyectos para que incorporen o fortalezcan aspectos tecnológicos y de gestión innovadores
- Analizar y verificar la factibilidad de proyectos en su concepción económica-financiera e industrial.
- Motivar y fortalecer el espíritu emprendedor de los alumnos que tengan empresas en marcha y/o estén interesadas en desarrollar una actividad socio-productiva.
- Crear un espacio de intercambio de experiencias e intereses que tiendan a la generación y fortalecimiento del espíritu empresarial
- Sensibilizar al alumno en gestar empresas innovadoras con un fuerte compromiso a la comunidad

## **PROGRAMA ANALITICO**

### **UNIDAD N° 1 - COMPETENCIAS EMPRENDEDOREAS**

- ¿Qué es un emprendedor?
- Competencias del emprendedor (conocimientos, habilidades y actitudes).
- Activos internos: metas, capacidades, necesidades.
- Potencial emprendedor.
- Modelos mentales y Tensión creativa.
- Versatilidad y flexibilidad.
- Comunicación y Visión compartida.
- Optimismo Aprendido y Capacidad de Aprendizaje.
- Motivación.
- Liderazgo.
- Influencia y Poder. Valores.
- Talento.
- Éxito y su gestación. Trabajo en equipo.
- Confianza.

### **UNIDAD N° 2 LA INNOVACION Y SU GESTION**

- Creatividad e innovación.
- Modelo de gestión de la innovación.
- El diseño asistido con herramientas informáticas.
- El sistema nacional científico y su vinculación al innovador.
- Triangulo de Sábato-Botana.
- Triple hélice de Etzkowitz H. y Leydesdorff L.
- Introducción de un nuevo producto o servicio en el mercado.
- Introducción de un nuevo método de producción.
- Ciclo de vida del producto (ventas, costos y beneficios).
- Atributos generadores de valor.
- Conocimiento: tipos, socialización, combinación, interiorización.
- Vigilancia tecnológica.



-Gestión del conocimiento organizacional: nivel individual hacia el colectivo, su ciclo.

### **UNIDAD N° 3 EL EMPRENDEDOR Y LA EMPRESA - PROCESO**

- Empresa: atributo, características, forma legal, el empresario.
- Requerimientos de una empresa.
- Generar una cultura empresaria. Características y Aptitudes.
- El marco competitivo general.
- Competitividad sistémica.
- Redes y asociatividad.
- Necesidades tecnológicas y búsqueda de nuevas tecnología.
- El conocimiento y su aplicación.
- La información y su gestión.
- Ética empresarial.
- El proceso emprendedor.
- Equipo emprendedor.
- Emprendimiento familiar (Empresas familiares).
- Las empresas de aprendizaje y de rendimiento, su ciclo.
- Aspectos legales impositivos, sistemas vigentes: ventajas y desventajas.

### **UNIDAD N° 4 MERCADO y COYUNTURA ECONOMICA**

- Desarrollo de una nueva forma de tratar comercialmente un producto o servicio existente.
- Creación de un nuevo mercado.
- Desarrollo de una nueva fuente de materias primas.
- Implantación de una nueva estructura en el mercado.
- Acceso al mercado con éxito.
- Riesgo. Marketing y la innovación: la morfología producto-mercado-innovación.
- Matriz Ansoff.
- Plan de marketing.
- Escalamiento.
- Toma de decisiones y las necesidades de Información.
- Métodos y herramientas.
- Modelo de cadena de valor (Porter, Kaplan y Norton).

### **UNIDAD N° 5 MODELO DE NEGOCIO**

- Definición de Objetivos claros.
- Proyecto de empresa, Misión y Visión. ¿Qué queremos?
- Macro ambiente de negocios.
- Tecnología.
- Micro ambiente.
- Proveedores, Clientes, Distribuidores y Competidores. ¿Dónde estamos?
- Definición del producto.
- Recursos necesarios para producirlo.
- Licencias y/o patentes. ¿Cuál es nuestro producto o servicio?
- Gestión de la calidad.
- Gestión del medio ambiente.



- Cadena de valor. ¿Cuáles son nuestros recursos?
- Segmentación del mercado.
- Evaluación de los factores claves de éxito.
- Evaluación de las fortalezas competitivas. ¿Dónde vendemos?
- Estudio de mercado.
- Ingeniería y tecnología.
- Inversiones y capital de trabajo.
- Ingresos y costos proyectados.
- Flujos de fondos y rentabilidad.
- Marco institucional para un emprendimiento.
- La estructura jurídica, impositiva, laboral de las empresas.

### **UNIDAD N° 6 FUENTES DE FINANCIAMIENTO**

- Organismos de financiamiento de proyectos.
- Organismos de promoción de inversiones.
- Parques tecnológicos e incubadoras de empresas.
- Organizaciones no gubernamentales.
- Fondos de capital de riesgo. Inversores Ángeles. Estudio de casos.
- Experiencias de emprendedores.
- Estrategias para el acceso a recursos clave.
- Modelos de negocio vinculados a las fuentes de financiamiento: SEPYME, AGENCIA (MINCYT), Bancos públicos (BNA, Provincia, Ciudad) y privados.

### **UNIDAD N° 7- LA CONSTRUCCION SOLIDA DE LA BASE EMPRESARIA**

- La estructura organizacional: autoridad, funciones, organización, conducción.
- La organización como sistema que toma decisiones: racionalidad, búsqueda y uso de la información.
- Organización creadora del conocimiento: formas, desestructuración, formación de organizaciones dinámicas, equipos y proyectos de trabajo. Competencias innovación.
- Dinámica organizacional.

### **BIBLIOGRAFIA**

Título	Autor / es	Editorial	Edición año	Biblioteca / cantidad
Administración de pequeñas empresas Enfoque Emprendedor	Longenecker- Moore-Petty- Palich	Cengage Learning	13ra - 2008	Si / 1
El emprendedor profesional	Daniel Miguez	Milton Melo ISBN978-987- 24542-0-3	2007	0*
Tú Marca Personal	Roberto Alvarez del Blanco	Prentice Hall	1ra - 2009	0*
Corriendo Fronteras	Hugo Kantis – Sergio Druferoff	Granica	1ra - 2011	Si / 1



La quinta disciplina	Peter Senge	Gránica	1ra -2005	Si / 4
Crisis y renovación	D. Hurst	Temas	1ra – 1998	Si / 1
Y Tu ¿Innovas o abdicas?	Justo Nieto	Universitat politecnica de valencia	2da – 2010	Si / 1
Innovación Empresarial	Rodrigo Varela	Pearson	3ra -2008	0*
Administración para emprendedores	Antonio Cesar Amaru Maximiliano	Pearson	1ra -2008	0*
Tu potencial emprendedor	Jorge Olmos Arrayales	Pearson	1ra - 2007	0*
Empresas Familiares Vision Latinoamericana	Rosa Nelly Trevinyo- Rodiguez	Pearson	1ra - 2010	0*
La ventaja competitiva de las naciones	Michael Porter	McMillan Press	1991	Si/1
Compitiendo por el futuro	Prahalad y Hamel	Harvard Business Press		0*
Administración, Una perspective global	Koontz, Weihrich.	Mc Graw Hill.	1998	Si/2
Comportamiento Organizacional	Robbins	Pearson		0*
Introduccion a la teoria general de la administración	Chiavenatto	Mc Graw Hill	1995	Si/2
La organización creadora de conocimiento	Ikujiro Nonaka	Oxford	1999	Si / 1
Marketing	Guillermo Bilancio	Pearson	1ra 2009	Si / 1
La organización Inteligente	Shu Wei Shoo	Oxford	1999	Si / 1

\*Bibliografía solicitada al Dpto de Ing. Industrial para su adquisición.

## **METODOLOGIA DE LA ENSEÑANZA**

Las clases de exposición se desarrollará la temática prescripta, utilizando la tecnología de transferencia más conveniente en cada caso, ya sea utilización de filmas o PowerPoint, proyección de video, pizarra, o combinación de métodos.

Las clases de exposición buscarán la interacción del alumno, generando el ambiente para la solicitud y demanda del mismo en el tema tratado, tanto como la crítica del mismo, tratándolo de involucrar en el resultado de la transferencia.

Al inicio de cada unidad o tema se expondrán los objetivos en materia de capacidad que se buscan logran que el alumno adquiera, se orientará hacia la bibliografía o sitios de internet recomendados, buscando que el alumno realice una búsqueda y aprendizaje por descubrimiento en la medida que le resulte de interés o sea motivado por el Docente. Así mismo, se expondrán para los casos prácticos, las herramientas informáticas que hoy están disponibles en el mercado. Orientando así, a la integración con las asignaturas descriptas. Los



apuntes, presentaciones y documentación que no contengan derecho de autor, estarán disponible para los alumnos, previos al dictado de la clase en el campus virtual de la Regional y articulado con el Aula Virtual del Precitye.

En las prácticas grupales se conformarán equipos de hasta 3 integrantes, para el tratamiento de casos simulando esquemas reales, asumiendo los distintos roles, y presentación de una solución por parte del grupo y discusión con el resto del curso.

La actividad extra áulica requerirá elaboración de presentación de informes, con formatos estandarizado propuesto por el Docente de modo de orientar al alumno hacia la presentación profesional de informes.

Con respecto al desarrollo de las prácticas, éstas requerirán exclusivamente actividades extra áulicas por parte del grupo, el que se deberá abocar a realizar investigaciones y búsquedas bibliográficas, elaboración y presentación de informes, análisis de casos reales, respetando la pauta formal que para el caso de las prácticas grupales.

A los efectos de ensayar la problemática laboral cotidiana, se rotarán los integrantes de cada grupo en el tratamiento de cada uno de los casos, a fin de simular conformación de equipos interdisciplinarios. Con ello, se cumple asimismo con el objeto de no permitir el acostumbramiento al mismo grupo de los alumnos, planteando otro de los escenarios que podrá encontrar en la relación laboral.

La lectura de material bibliográfico, estudio de casos reales, discusión con expertos y emprendedores y la participación en seminarios específicos de Emprendedorismo, formarán parte de actividades tanto áulicas como extra-áulicas, buscando la motivación del estudiante hacia el proceso emprendedor.

## **METODOLOGIA DE EVALUACION**

Se evaluarán a los alumnos no sólo por los resultados sino también por metas adquiridas y poder decisorio.

Se tomarán dos parciales teóricos-prácticos para evaluar la adquisición de conceptos claves, resolución de casos y aplicación de modelos de estudios.

Los trabajos prácticos serán evaluados por su correcto desarrollo, resultados y presentación sobre la base de cada una de las consignas establecidas

Luego de la aprobación de estas instancias el alumno se encontrará en condiciones de rendir el examen final de la actividad curricular.