UNIVERSIDAD DEL AZUAY

FACULTAD DE CIENCIAS DE LA ADMINISTRACIÓN
ESCUELA INGENIERIA DE SISTEMAS Y TELEMATICA

1. Datos generales

Materia: EMPRENDEDORES II
Código: FAD0220
Paralelo:
Periodo : Septiembre-2020 a Febrero-2021
Profesor: CRESPO MARTINEZ PAUL ESTEBAN
Correo electrónico ecrespo@uazuay.edu.ec

Docencia	Práctico	Autónomo: 0		Total horas
		Sistemas de tutorías	Autónomo	
4				4

Prerrequisitos:

Código: FAD0213 Materia: EMPRENDEDORES I

2. Descripción y objetivos de la materia

La gerencia de una empresa no es algo fácil. Este curso pretende dar conocer las técnicas de gerenciamiento, tanto en los ámbitos de marketing como en la parte de análisis financiero. De esta manera se aprenderá como plantear y aplicar estrategias y tomas de decisión en base a las condiciones del mercado y las fortalezas del negocio; así como también las distintas alternativas de financiamiento para los negocios que se pueden considerar en un momento necesario. También permitirá conocer los tipos de empresas que se crean en nuestro medio, entre ellas las familiares que ocupa un porcentaje significativo de acuerdo a las realidades Ecuatorianas, especialmente cuencanas. Existirá la posibilidad de que al terminar este proceso de conocimiento del emprendimiento el estudiante esté en capacidad de afrontar los retos empresariales que se le presentarán en la vida profesional.

Dentro de esta asignatura se pretende enseñar al alumno como poner su negocio propio y hacerlo crecer, además de las etapas y componentes que deben considerar en el establecimiento de una empresa, las formas de financiamiento, los negocios en internet, las empresas familiares, la gestión financiera y las obligaciones tributarias. Se dará una introducción a la negociación y a la toma de decisiones, que son capacidades que deben lograr los gerentes de hoy en día. También se enseñarán algunos mecanismos utilizados por la Gerencia de Marketing para encontrar nuevos segmentos de mercado, aprender a entender y retener a los clientes, y como garantizar un adecuado proceso de servicio.

El conocimiento y la destreza del manejo del emprendimiento le permitirán al estudiante formular su negocio en base a las asignaturas aprendidas, ya que estarán en capacidad de plantearse negocios de comercio electrónico, empresas consultoras, servicio técnico, desarrollo de aplicaciones, centros de capacitación, entre otras.

3. Contenidos

01.	**Organizaciones, empresas e instituciones**
01.01.	Introducción al mundo empresarial (1 horas)
01.02.	Empresas familiares: perspectiva y caracterización (2 horas)
01.03.	Las 7S de McKinsey en la organización (1 horas)
01.04.	Confusión entre propietario y gerente (1 horas)
01.05.	El estilo de dirección (1 horas)
01.06.	Manejo de conflictos (2 horas)
01.06.	Marco legal organizacional (2 horas)
01.07.	Ciclo de vida empresarial (1 horas)
01.07.	La toma de decisiones sinérgica (2 horas)
01.08.	Estructuras y organigramas (1 horas)
01.08.	Modelos de negocio (2 horas)
01.09.	Negocios por internet (E-Commerce, e-Business) (4 horas)
02.	**Talento Humano**
02.01.	El talento humano vs el recurso humano (1 horas)
02.02.	Selección y administración del talento humano (2 horas)
02.03.	Evaluación por talento humano (1 horas)

02.04.	Administración de roles y salarios. (1 horas)
02.05.	Capacitación y desarrollo del personal (2 horas)
02.05.	Reglamentos y leyes ecuatorianas sobre talento humano (1 horas)
03.	**Aspectos financieros**
03.01.	Objetivos del área financiera según la Clasificación de las empresas (2 horas)
03.02.	Sistema contable de la empresa (0 horas)
03.02.01.	La contabilidad de la empresa (1 horas)
03.02.02.	Catálogo de cuentas (1 horas)
03.02.03.	Software a utilizar (1 horas)
03.03.	Costos, Gastos y Capital social (3 horas)
03.04.	Proyección del flujo de efectivo (1 horas)
03.05.	Estados financieros proyectados (0 horas)
03.05.01.	Estado de Resultados (1 horas)
03.05.02.	Balance General (1 horas)
03.06.	Indicadores financieros (2 horas)
04.	**Análisis financiero**
04.01.	Interés simple y exacto, cálculo del tiempo. (1 horas)
04.02.	Pagares. El valor presente de una deuda. Ecuaciones de valor (1 horas)
04.03.	Ejercicios sobre interés simple (2 horas)
04.05.	El análisis vertical y el análisis horizontal (2 horas)
04.07.	Estrategias financieras (2 horas)
05.	**Obligaciones tributarias**
05.01.	Personas naturales obligadas y no obligadas a llevar contabilidad (1 horas)
05.02.	Anexos y formularios del Servicio de Rentas Internas (1 horas)
06.	**Estrategias y herramientas empresariales**
06.01.	Propuesta de valor (1 horas)
06.02.	Misión y visión organizacional (1 horas)
06.03.	Definición de objetivos (1 horas)
06.04.	Formulación de estrategias y tácticas (1 horas)
06.05.	Cuadro de mando integral (2 horas)
06.06.	FODA y posición estratégica de evaluación de acciones (2 horas)
06.07.	Cadena de valor de Porter (1 horas)
06.08.	Modelo CANVAS (1 horas)
07.	**Ventas**
07.01.	Fuerza de ventas (1 horas)
07.02.	Negociación (1 horas)
07.03.	Etapas de la venta (1 horas)

4. Sistema de Evaluación

Resultado de aprendizaje de la carrera relacionados con la materia

Resultado de aprendizaje de la materia	Evidencias
ai. Hace uso de los conocimientos y saberes desarrollados, en ámbitos gerenciales y administrativos de la empresa.	
-Analiza los componentes (micro) que puedan aventajar o perjudicar al negocio (macro).	-Foros, debates, chats y otros -Reactivos
-Aplica los conocimientos adquiridos en la parte financiera para interpretar un balance y poder formular estrategias de competitividad.	-Foros, debates, chats y otros -Reactivos
-Aplica los conocimientos aprendidos en marketing para poder establecer estrategias de formulación de valor agregado, así como de satisfacción.	-Foros, debates, chats y otros -Reactivos
-Aprende a liderar un equipo de trabajo, conociendo y aplicando mecanismos para la selección, coordinación y ejecución de tareas, así como la resolución	-Foros, debates, chats y otros

Resultado de aprendizaje de la carrera relacionados con la materia

Resultado de aprendizaje de la materia	Evidencias
de conflictos.	-Reactivos
aj. Interactúa con su entorno para indagar información	
-Aprender a realizar estudios de mercado frecuentes para determinar las preferencias y necesidades del consumidor.	-Foros, debates, chats y otros -Proyectos -Reactivos
-Conocer los mecanismos de la investigación de mercados para aplicarlos en la creación de un negocio y la formulación de estrategias.	-Foros, debates, chats y otros -Reactivos

Desglose de evaluación

Evidencia	Descripción	Contenidos sílabo a evaluar	Aporte	Calificación	Semana
Foros, debates, chats y otros	Análisis de casos empresariales		APORTE DESEMPEÑO	5	Semana: 7 (04/11/20 al 07/11/20)
Reactivos	Pruebas de reactivos sobre la teoría		APORTE DESEMPEÑO	5	Semana: 10 (23/11/20 al 28/11/20)
Proyectos	Proyecto final		EXAMEN FINAL ASINCRÓNICO	10	Semana: 19 (25/01/21 al 30/01/21)
Reactivos	Examen teórico		EXAMEN FINAL SINCRÓNICO	10	Semana: 19 (25/01/21 al 30/01/21)
Proyectos	Proyecto final		SUPLETORIO ASINCRÓNICO	10	Semana: 19 (25/01/21 al 30/01/21)
Reactivos	Examen teórico		SUPLETORIO SINCRÓNICO	10	Semana: 19 (25/01/21 al 30/01/21)

Metodología

La materia Emprendedores exige un alto grado de imaginación para desarrollar y promocionar sus ideas de negocio. Por ello, se propone utilizar la siguiente metodología:
Se evaluará la forma de presentar los productos elaborados por los estudiantes, en el cual deberán considerar el aspecto comercial; es decir, ideas claras, puntuales, con la imagen adecuada, tonalidad de voz correcta, seriedad y confianza durante la presentación.
La creatividad para superar problemas, técnicas de liderazgo, formulación de estrategias durante el ciclo de vida de un producto, serán comprendidas mediante el análisis de casos empresariales y también mediante la realización de ejercicios en clase.
En los aspectos relacionados con servicio, se hará el análisis del servipanorama y los procesos de servucción, para lo cual, se podría considerar una visita técnica (virtual).
Uso de herramientas tecnológicas para el aprendizaje.

Criterios de Evaluación

Para la calificación de los trabajos se tomará mucho en cuenta los siguientes factores:

La participación es clave. Se calificará sobre 10 puntos el cumplimiento a las tareas y actividades propuestas en el campus (síncronas y asíncronas). Además, se calificará sobre 10 puntos la asistencia y participación en las sesiones síncronas.
• Los trabajos copiados textualmente de Internet u otras fuentes sin haberlas citado serán consideradas como plagio y serán calificadas automáticamente con cero.
• Los documentos deben ser coherentes y mantener una adecuada redacción, ortografía y citas bibliográficas.
• Las presentaciones con diapositivas son simplemente una guía de apoyo al expositor. Deben ser lo más claras y visuales posibles, debido a que el marketing es un factor predominante en el emprendimiento. Diapositivas cargadas con texto tendrán un valor de cero puntos.
• Se considerará la profundidad del análisis y el uso de matrices que soporten el mismo, cuando se revisen los casos empresariales.
• La exposición de los trabajos exige mucha preparación a los participantes de la misma. Se tomará en cuenta la seguridad y claridad de explicación, el lenguaje corporal, el conocimiento sobre el tema, la apariencia física del expositor.
• En todas las pruebas y lecciones escritas se calificará procedimiento de resolución y resultados obtenidos, considerando coherencia y certeza en la aplicación de razonamientos y teorías. Además de la resolución de casos y ejercicios, todas las evaluaciones incluirán preguntas de razonamiento e interpretación de información.
• El examen final contemplará un trabajo en el cual, se apliquen los conocimientos adquiridos para formular un plan de negocio, el mismo que consistirá en una exposición (50%) y un documento de soporte (50%). Se evaluará la calidad de la presentación, considerando aspectos de marketing, presentación de los expositores, control del tiempo de la exposición, precisión en las estrategias planteadas y el análisis financiero, así como también la calidad del contenido y el material de soporte de la documentación. Los expositores deberán realizar un video corto que resuma la motivación que ha tenido para el desarrollo del proyecto, además de los pasos que han realizado para cumplir con el mismo.

5. Referencias

Bibliografía base

Libros

Autor	Editorial	Título	Año	ISBN

Autor	Editorial	Título	Año	ISBN
CHIAVENATO, IDALBERTO	Mc Graw Hill	INNOVACIONES DE LA ADMINISTRACIÓN, TENDENCIAS Y ESTRATEGAS, LOS NUEVOS PARADIGMAS.	2010	978-607-150289-6
KOTLER, KELLER	Pearson Education	DIRECCIÓN DE MARKETING	2006	0-13-145757-8
VANEGAS, VANEGAS. ROBBINS, STEPHEN P.; COULTER, MARY; GONZALEZ, ANGEL CARLOS; TRAD; LLAMAS BONILLA,	Pearson Education	CULTURA ORGANIZACIONAL Y EL AMBIENTE: LAS RESTRICCIONES	2000	NO INDICA
AYRES FRANK	McGraw Hill	MATEMÁTICAS FINANCIERAS	2001	968-422-160-6
KOTLER, PHILIP; ARMSTRONG, GARY.	Pearson	Fundamentos de marketing	2007	
IESS	IESS	Normativas de seguridad y salud en el trabajo	2012	
ALLES, MARTHA ALICIA	Granica	Desempeño por competencias	2006	950-641-378-9
Robert S. Kaplan; David P. Norton	Gestión 2000	El cuadro de mando integral: the balanced scorecard	2013	

Web

Autor	Título	URL
García Erquiaga,	Aprendiendo De Los Errores Del	http://site.ebrary.com/lib/uasuaysp/docDetail.action?
Schnarch Kirberg,	Marketing Para Emprendedores	http://site.ebrary.com/lib/uasuaysp/docDetail.action?
Servicio de Rentas	Web oficial	www.sri.gob.ec

Software

Bibliografía de apoyo

Libros

Web

Software

Docente

Director/Junta

Fecha aprobación: **16/09/2020**

Estado: **Aprobado**