UNIVERSIDAD DEL AZUAY

FACULTAD DE PSICOLOGÍA
ESCUELA DE PSICOLOGÍA ORGANIZACIONAL

1. Datos generales

Materia: EMPRENDIMIENTO

Código: FLC0266

Paralelo:

Periodo : Marzo-2019 a Julio-2019

Profesor: UGALDE VASQUEZ ANDRÉS FRANCISCO

Correo electrónico augalde@uazuay.edu.ec

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

Prerrequisitos:

Ninguno

2. Descripción y objetivos de la materia

Al formar parte de una organización, es necesario que el Psicólogo Organizacional conozca cómo funcionan los emprendimientos para buscar formas de alinear sus valores e intereses con los valores e intereses de la organización. Por otro lado, la cátedra proporciona un espacio para que los estudiantes reconozcan que muchas de sus virtudes son características de un emprendedor. El resultado de este proceso emprendedor podría ser que muchos se inspiren y se atrevan a emprender, y así, aportar a disminuir la tendencia hacia la búsqueda de empleo a través de incrementar la confianza en sí mismos, ejecutar proyectos que presten servicios organizacionales en la localidad

La cátedra pretende cubrir los fundamentos conceptuales del emprendedorismo y las técnicas convencionalmente empleadas para la elaboración del plan de negocios del emprendedor. Además, esta cátedra busca desarrollar la creatividad en los estudiantes para que estén en capacidad de llevar a la práctica sus ideas de proyectos o negocios.

Emprendimiento se articula directamente con Gestión Social ya que ésta permite identificar y comprender las características del contexto social; mientras que Dinámica Social, al abordar temas como inclusión, equidad, diversidad y dinámica de grupos, puede proporcionar información sobre necesidades insatisfechas que pueden inspirar un emprendimiento. Por otro lado, Metodología de la Investigación I y II dota de las herramientas necesarias para investigar las probabilidades de éxito de un emprendimiento intencionado o ejecutado, mientras que Gestión Estratégica permite que el emprendimiento fundamente de forma clara y objetiva su plan de negocios. Finalmente Responsabilidad Social Empresarial proporciona un contexto que puede inspirar Emprendimientos a ser ejecutados con la intención de generar un impacto social positivo.

3. Contenidos

1.	**Emprendedorismo y Plan de Negocios**
1.1.	Conceptualización (1 horas)
1.2.	Características del emprendedor (1 horas)
1.3.	Tipos de emprendedores (1 horas)
1.4.	Alcances y Beneficios (1 horas)
1.5.	Variables Coyunturales (1 horas)
1.6.	Conceptualización del plan de Negocios (1 horas)
1.7.	Características (1 horas)
1.8.	Beneficios (1 horas)
1.9.	Variables y Modelos (1 horas)
2.	**Variables Integrales del Plan de Negocios**
2.1.	El Producto (3 horas)
2.2.	Nombre de la empresa (1 horas)
2.3.	Características de la empresa (2 horas)
2.4.	Misión y objetivos de la empresa (1 horas)
2.5.	Ventajas competitivas y distingos competitivos (1 horas)
2.6.	Análisis del sector empresarial (2 horas)

2.7.	Competencias requeridas del emprendedor (1 horas)
3.	**Investigación de Mercados y Marketing**
3.1.	Objetivos (1 horas)
3.2.	Investigación de mercado (4 horas)
3.3.	Estudio de mercado (4 horas)
3.4.	Precio (2 horas)
3.5.	Promoción del producto y canales de distribución. (2 horas)
4.	**Producción**
4.1.	Objetivos (1 horas)
4.2.	Capacidad instalada (1 horas)
4.3.	Descripción del proceso de producción o de prestación del servicio. (1 horas)
4.4.	Diagrama de flujo del proceso de producción. (1 horas)
4.5.	Tecnología. (1 horas)
4.6.	Equipos e instalaciones. (1 horas)
4.7.	Distribución interna. (1 horas)
4.8.	Materia prima. (4 horas)
4.11.	Alcances y Beneficios (1 horas)
5.	**Organización**
5.1.	Objetivos (1 horas)
5.2.	Estructura organizacional (2 horas)
5.3.	Captación de personal (2 horas)
5.4.	Desarrollo del personal (3 horas)
5.5.	Gestión de sueldos y salarios, marco legal de la empresa (1 horas)
5.6.	Conclusiones y recomendaciones (1 horas)
6.	**Finanzas**
6.1.	Objetivos e Importancia (1 horas)
6.2.	Catálogo de cuentas (1 horas)
6.3.	Capital social (1 horas)
6.4.	Inversiones (1 horas)
6.5.	Costos y gastos (1 horas)
6.6.	Ingresos por ventas (1 horas)
6.7.	Flujo de efectivo (2 horas)
6.8.	Estados Financieros (1 horas)

4. Sistema de Evaluación

Resultado de aprendizaje de la carrera relacionados con la materia

Resultado de aprendizaje de la materia	Evidencias
bb. Desarrolla proyectos de emprendimiento dentro de las organizaciones.	
-Aplica herramientas prácticas para realizar el estudio de la producción.	-Investigaciones -Proyectos -Trabajos prácticos - productos
-Define conceptos de emprendedorismo, perfil, características y fundamentación del plan de negocios.	-Investigaciones -Proyectos -Trabajos prácticos - productos
-Elabora un plan de negocios de emprendimiento	-Investigaciones -Proyectos -Trabajos prácticos - productos

Desglose de evaluación

Evidencia	Descripción	Contenidos sílabo a evaluar	Aporte	Calificación	Semana
Trabajos prácticos - productos	Idea de Negocios Aplicada	Emprendedorismo y Plan de Negocios, Variables Integrales del Plan de Negocios	APORTE 1	5	Semana: 5 (08/04/19 al 13/04/19)
Investigaciones	Modelo VALS	Investigación de Mercados y Marketing, Producción	APORTE 2	5	Semana: 10 (13/05/19 al 18/05/19)
Trabajos prácticos - productos	Modelo CANVAS	Investigación de Mercados y Marketing, Producción	APORTE 2	5	Semana: 11 (20/05/19 al 23/05/19)
Proyectos	Proyecto Audio Visual	Finanzas, Organización	APORTE 3	10	Semana: 15 (17/06/19 al 22/06/19)
Investigaciones	Comunicación y Umbral del Consumidor	Finanzas, Organización	APORTE 3	5	Semana: 16 (24/06/19 al 28/06/19)
Trabajos prácticos - productos	Prototipo de Producto	Emprendedorismo y Plan de Negocios, Finanzas, Investigación de Mercados y Marketing, Organización, Producción, Variables Integrales del Plan de Negocios	EXAMEN	20	Semana: 19-20 (14-07-2019 al 20-07-2019)
Trabajos prácticos - productos	Prototipo de Producto	Emprendedorismo y Plan de Negocios, Finanzas, Investigación de Mercados y Marketing, Organización, Producción, Variables Integrales del Plan de Negocios	SUPLETORIO	20	Semana: 20 (al)

Metodología

La metodología se basará en un proceso inductivo de conceptos mediante clases preparadas con el apoyo de medios audiovisuales, junto a un proceso deductivo apoyado en la preparación de casos de estudio y talleres de trabajo en el que los estudiantes generan sus propios procesos de aprendizaje.
El material a ser tratado en clase es complementario a las lecturas asignadas para cada clase, por lo tanto, la asistencia a clase es una parte integral del curso y necesaria para el aprendizaje.
La entrega de trabajos, investigaciones y pruebas, se presentarán únicamente en la fecha de acordada. Las evaluaciones y pruebas no se tomarán en otra fecha diferente a lo acordado, salvo que se obtenga una justificación desde el Decanato de la Facultad.

Criterios de Evaluación

La calificación de este curso será de la siguiente manera:

Investigaciones 20%
Proyectos 30%
Desarrollo de Producto 50%

5. Referencias

Bibliografía base

Libros

Autor	Editorial	Título	Año	ISBN
RODRÍGUEZ, RAFAEL	Mc Graw Hill	EL EMPRENDEDOR DE ÉXITO	2010	978-607-15-06110-5
GONZÁLEZ S., DIANA M.	McGraw-Hill/Interamericana Editores, S. A. de C. V.	PLAN DE NEGOCIOS PARA EMPRENDEDORES AL ÉXITO	2007	978 958 8675 39 8
Morlás Espinoza, Carlos	Universidad Ecotec	Ecuador ¿país de emprendedores?	2010	
Longenecker, Justin G	Cengage Learning	Administración de pequeñas empresas : lanzamiento y crecimiento de iniciativas de emprendimiento	2012	
CORPORACIÓN DE PROMOCIÓN DE EXPORTACIONES E INVERSIONES –CORPEI–	NO INDICA	CÓMO ELABORAR PLANES DE NEGOCIOS DE EXPORTACIÓN	2006	978 607 15 0572 9

Web

Software

Bibliografía de apoyo

Libros

Autor	Editorial	Título	Año	ISBN
León G. Schiffman & Leslie Lazar Kanuk.	Prentice-Hall	Comportamiento del Consumidor.	2009	
IDELFONSO GRANDE ESTEBAN	Esic Business Marketing School	COMPORTAMIENTO DEL CONSUMIDOR DECISIONES Y ESTRATEGIAS DE MARKETING	2013	987-84-7356-893-7

Web

Software

Docente

Director/Junta

Fecha aprobación: 11/03/2019

Estado: Aprobado