



Empresarismo

Identificación del curso

| | |
|--------------------------------------|---|
| Nombre del Ova o curso: | Empresarismo |
| Programa: | Administración de Empresas |
| Escritor: | David Alejandro Marín Valencia |
| Año y versión: | Año: 2016 Versión: 3 |
| Número de créditos: | 3 |
| Competencia Global del curso: | Diseñar un plan de empresa con impacto social, encaminado al desarrollo productivo del estudiante y al fortalecimiento de sus competencias emprendedoras. |

Estructura.

Elemento de competencia 1: Investigar la importancia de la creación empresarial para el desarrollo económico y social del país.

| Temas | Horas | |
|---|-----------|-----------|
| | AC | TI |
| Tema 1: Entorno económico y empresarial colombiano | 6 | 18 |
| Tema 2: Introducción al plan de empresa: herramientas para el emprendedor | 10 | 30 |
| Total | 16 | 48 |

Nota: AC: Trabajo con acompañamiento docente. TI Trabajo independiente del estudiante.

Elemento de competencia 2: Estructurar un plan de empresa a partir de una idea de empresa que agregue valor social, partiendo de un diagnóstico del entorno

| Temas | Horas | |
|---|-----------|-----------|
| | AC | TI |
| Tema 3. Estudio del sector y del mercado | 6 | 18 |
| Tema 4. Aspectos técnicos, administrativos, legales y financieros de la empresa | 10 | 30 |
| Tema 5. La generación de valor a través del modelo del negocio de la empresa | 4 | 12 |
| Total | 20 | 60 |

Nota: AC: Trabajo con acompañamiento docente. TI Trabajo independiente del estudiante.

Mapa conceptual.



Metodología

El curso de empresarismo se ha planteado de forma tal que pueda cumplir con el modelo educativo institucional, basado en la promoción del aprendizaje significativo, investigativo y cooperativo de forma autónoma y grupal, en los diversos ambientes virtuales propuestos para la interacción permanentes entre todos y cada uno de los actores que participan de la construcción del conocimiento, evidenciado en la adquisición de las competencias propuestas por el curso. La intencionalidad de dicha interacción es promover el desarrollo del pensamiento crítico y reflexivo a través de los diferentes intercambios comunicativos entre docente y estudiante, entre los

estudiantes mismos y también cuando el estudiante se enfrenta al análisis, lectura y retroalimentación de los materiales del curso y las actividades propuestas.

Sobre esto último, el docente tendrá en cuenta los criterios de desempeño del elemento de competencia propuesto en cada unidad, diseñando actividades que lleven al estudiante a desarrollar e incrementar sus habilidades. Para el caso del curso de empresarismo, el objetivo radica en construir el plan de empresa para la oportunidad que el estudiante haya identificado, teniendo para ello como mediaciones los diversos contenidos y formatos que se establecen dentro del curso y la permanente asesoría que el docente brinda a través de los foros, los encuentros sincrónicos y demás actividades propuestas para la revisión de los avances en la elaboración del documento. Cabe resaltar que es un trabajo sumativo, por módulos o capítulos cuyos temas son secuenciales; por tanto, se requiere coherencia y continuidad. De ello se deriva que el proceso de comunicación entre el estudiante y el docente asesor deberá ser constante, en aras de lograr que la retroalimentación para el mejoramiento del documento resulte efectiva.

Justificación

En concordancia con la Ley 1014 de 2006 y la Política Nacional de Emprendimiento, nuestra Institución busca fortalecer la cultura emprendedora en su comunidad estudiantil para aportar al desarrollo social y económico en Colombia. En particular, el curso de Empresarismo pretende aportar a la formación de un profesional con capacidad de formular proyectos productivos, soportados en la investigación y con la intencionalidad de brindar alternativas de desarrollo local, regional e internacional. Con esto anterior, el estudiante podrá tener una visión de cómo crear empresa para generar su propio empleo; o desarrollar habilidades que le permitan identificarse como responsable del crecimiento y desarrollo de la organización en la que labora, en caso de que sea empleado.

Con lo anterior, el curso busca estructurar un perfil básico de lo que sería un plan de empresa o negocio, en tanto herramienta de planeación esencial para el emprendedor empresarial que permite identificar la viabilidad de la iniciativa y, con ello, minimizar riesgos al invertir recursos.

Evaluación

El curso de empresarismo se lleva a cabo como un proceso de construcción continuo, en el que cada temática aporta para cada uno de los módulos o partes del plan de negocios. En ese sentido, se busca lograr que al final se disponga de un documento en el cual se acopien todos los aspectos que hacen posible la viabilidad de la iniciativa empresarial. Así pues, el estudiante deberá desarrollar paso a paso cada uno de los ítems que componen los planes de mercadeo, técnico, administrativo-legal y financiero, con base en las guías entregadas por el docente. Este trabajo corresponderá, en su mayor medida, a una redacción propia del estudiante, pues se trata del análisis de un caso particular con las singularidades que el entorno y el mismo estudiante han contemplado. Cabe resaltar que este trabajo se propone para ser desarrollado de manera individual o grupal.

Respecto de la valoración de los entregables, el docente tiene como base las guías de cada uno de los planes por cuanto se trata de la verificación del desarrollo de estos puntos, su coherencia, su veracidad, su autoría propia o la respectiva citación de las fuentes de acuerdo a la norma APA, así como también la forma en que se presenta el texto (norma Icontec). Para esto último, el docente y los estudiantes cuentan con el Manual de Escritura de la Facultad.

Glosario

Amplitud perceptual: es la capacidad de ver más allá del círculo de experiencia o entorno inmediato, cambiando de perspectiva cuando es necesario, para poder encontrar nuevas oportunidades, ideas, información o recursos (Tomado de ciudad E-Guía del docente).

Competitividad: la competitividad se define por la productividad con la que un país utiliza sus recursos humanos, económicos y naturales (Porter, 2005)

Creatividad e innovación: es la capacidad de realizar una búsqueda sistemática de oportunidades y soluciones de problemas a través de maneras diferentes de pensar y de actuar, que suelen materializarse en productos y servicios nuevos que satisfacen las necesidades de un público objetivo (Comfama - Alcaldía de Medellín, 2016).

Emprendimiento: “una manera de pensar y actuar orientada hacia la creación de riqueza. Es una forma de pensar, razonar y actuar centrada en las oportunidades,

planteada con visión global y llevada a cabo mediante un liderazgo equilibrado y la gestión de un riesgo calculado. Su resultado es la creación de valor que beneficia a la empresa, la economía y la sociedad” (Ministerio de Educación Nacional, 2006).

Empresarialidad: “despliegue de la capacidad creativa de la persona sobre la realidad que le rodea. Es la capacidad que posee todo ser humano para percibir e interrelacionarse con su entorno, mediando para ello las competencias empresariales” (Ministerio de Educación Nacional, 2006).

Ideación: es un proceso continuo de transformar ideas en productos, medir la reacción y comportamiento de los clientes frente a los productos y aprender si perseverar o cambiar de idea (Ries, 2016).

Inteligencia social: es la capacidad de establecer y mantener relaciones con personas de los diferentes grupos de interés, siendo proactivo en la construcción y participación de redes sociales, de tal manera que se generen contactos que contribuyan al desarrollo de las personas y de los proyectos. (Comfama - Alcaldía de Medellín, 2016)

Orientación al logro: es la capacidad de desarrollar acciones tendientes a alcanzar el resultado esperado, aprovechando la retroalimentación para mejorar el desempeño, a través de la búsqueda persistente de la calidad y la excelencia, lo que permite la proyección exitosa de la persona (Comfama - Alcaldía de Medellín, 2016).

Pensamiento sistémico: es la capacidad de percibir el mundo en términos de totalidades y estructuras para su análisis, comprensión y accionar. Consiste en pensar en los elementos como parte de un todo, identificando las relaciones entre estos, con el fin de crear organizaciones dinámicas, cambiantes y adaptables a las condiciones que presenta el medio (Comfama - Alcaldía de Medellín, 2016).

Plan de negocios: documento escrito que define claramente los objetivos de un negocio y describe los métodos que van a emplearse para alcanzar dichos fines (Ministerio de Educación Nacional, 2006).

Prototipo: el prototipo es la primera versión o modelo del producto, en que se han incorporado algunas características del producto final. Se crean con rapidez y a bajo costo para explorar la factibilidad del concepto preliminar (Ries, 2016).

Validación: en el proceso de convertir la idea en producto, se mide como responden los clientes mediante diferentes técnicas, permitiendo construir un producto o servicio mínimo viable (Ries, 2016).