

	104129-ELECTIVA DISCIPLINAR II-EMPRENDIMIENTO		
	Intensidad Horaria:	32 horas	
	Prerrequisitos:	Tener una idea de negocio sostenible	Cursar mínimo quinto semestre
	Profesora:	Lilia Clemencia Morales Montejo	
Periodo Académico:	PRIMER SEMESTRE 2015		
Justificación el Programa:	La tendencia mundial y nacional hacia mercados cada día más competidos, con clientes cada vez más exigentes, hace imperativo el tener una formación estructurada y una fuerte orientación en innovación y emprendimiento, para poder aprovechar las oportunidades del mundo globalizado. Basados en las necesidades y deseos del consumidor, se requieren nuevos productos y servicios innovadores como solución a las demandas generadas por el Mercado. A medida que el consumidor usa estos productos o servicios aparece la necesidad de mejoras, modificaciones, correcciones, ajustes o nuevas innovaciones, que deben introducirse; El seguimiento y evaluación de estos productos/servicios por parte del emprendedor es fundamental dentro de la estructura empresarial.		
Objetivo General:	OBJETIVO GENERAL. Proporcionar al futuro emprendedor, las bases conceptuales y prácticas para la creación de un Plan de Negocio y el montaje de la empresa, alrededor de uno o varios productos y servicios y de esta manera hacerles seguimiento, enfrentando los retos de la economía globalizada.		
Objetivos Específicos:	OBJETIVO ESPECÍFICO: • Proporcionar al participante herramientas para el desarrollo de producto/servicios y montaje del negocio, analizando el mercado a partir de la colocación de estos y la actitud del cliente frente a ellos. • Proporcionar al participante herramientas para el uso adecuado de los recursos humanos, financieros, información necesarios en el montaje de la organización. • Proporcionar al participante una experiencia práctica en la creación de su Plan de Negocios		
Descripción de los Contenidos:	Módulo	Semana	Descripción de la sesión
	1	1	ESPÍRITU EMPRESARIAL - Las organizaciones actuales en el contexto colombiano - Necesidad de una política de apoyo al emprendimiento - Crear organizaciones innovadoras - Como lograr la sostenibilidad y el crecimiento de las nuevas organizaciones - Empresa y competitividad sectorial - Nuevas formas de organización para la Competitividad
	2	2	LA CULTURA DEL EMPRENDIMIENTO - Determinación de la cultura del emprendimiento - Importancia del emprendedor líder - Valores en la cultura emprendedora - La confidencialidad en la generación de las ideas - Importancia del trabajo en equipo - La filosofía del emprendedor
	3	3	CONOCIENDO EL MERCADO. - Analizando el mercado en detalle - o Tamaño y tendencias. - o Clientes y consumidores - o Distribución - o Precio - o Ventas - o Publicidad - o Registro de la marca - o Ferias - La industria - o Estructura de la industria - o La no competencia - o La competencia - o Entrada de nuevos competidores a la industria

	4	4	LA DELIMITACIÓN DEL NEGOCIO - Posiciones ventajosas de la industria - o Expansiones - o Integraciones - o Diversificaciones - o Contracciones - o Entender la competencia - o Otras formas de generar valor - Posicionamiento de la organización en su entorno - o Internacionalización - o Globalización - o Benchmarking
	5	5	EL MODELO DEL NEGOCIO - Organizarse para el éxito - La organización como sistema - Como focalizar las UEN - El Modelo de negocio - El Modelo del Sistema Viable como una herramienta de diseño organizacional
	6	6	IDENTIFICANDO LOS PRODUCTOS Y/O SERVICIOS - El producto - La logística - Participación en ferias
	7	7 y 8	LOS RECURSOS FINANCIEROS - Productos de mejor rentabilidad - Coeficiente de utilidad, razón de operación y tasa de retorno marginal - o Definiciones y conceptos - o Análisis operativo de la empresa - o Clientes de mejor rentabilidad - Análisis cualitativo - Sistemas de financiamiento, determinación del punto de equilibrio, - Definición del sistema contable del plan de negocios - El manejo del presupuesto
	8	9	Presentación del primer prototipo del producto y/o el diseño del servicio que mejor contribuye a la rentabilidad de la empresa
	9	10 Y 11	TECNOLOGÍA, SISTEMAS DE INFORMACIÓN Y COMUNICACIONES (TIC'S) - la tecnología para el manejo y gestión de la información - Oportunidades en la Web Ebusiness & E-commerce - El manejo de la información para el nuevo negocio - o La Información y su papel en la gestión de las organizaciones - o Como ir diseñando un eficiente sistema de Información gerencial - o El sistema de información gerencial de acuerdo con el perfil del negocio - o Información como soporte gerencial a la toma de decisiones - Mejor comunicación con mejor información y uso de las TICs - o Integración de las TICs con el nuevo negocio - o Integración de las TICs con el entorno

	10	12	EI MONTAJE DEL NEGOCIO Y LA FORMULACIÓN ESTRATÉGICA Pronostico estratégico - Predicción del cambio Innovar la estrategia - Características de una buena estrategia - Planeación e innovación Formulación de opciones estratégicas - Mezcla de productos - Clasificación industrial Opciones estratégicas Llegar a la estrategia La filosofía de la organización
	10	13	EL PLAN DE ACCIÓN - Opciones estratégicas - La estrategia - La filosofía de la organización - El plan de acción - La toma de decisiones - Elaboración del plan de negocios - Identificación de las fortalezas y debilidades del plan de Negocios
	11	14 Y 15	PRESENTACIONES - Grupo #1 - Grupo #2 - Grupo #3 - Grupo #4 - Grupo #5 - Grupo #6
Estrategia Pedagógica:	El programa combina una serie de actividades que incluyen una labor de investigación conjunta, mediante lecturas, diálogos en clases, y talleres en los que se analizarán los diferentes negocios escogidos por los participantes. El programa está estructurado al rededor del desarrollo de un plan sobre un negocio y ayuda a que las ideas del plan se vuelvan operativas con la ayuda de guías diseñadas para tal fin. El trabajo se realiza en grupos de 4 participantes quienes llevaran a cabo un Plan de Negocio, y habrá presentaciones periódicas sobre cada una de las guías utilizadas para el desarrollo del Plan. El participante irá revisando y ajustando su plan de trabajo de acuerdo con la retroalimentación que recibe de las guías. Al terminar el semestre los participantes deberán hacer la presentación de su plan final ante el grupo, así como presentar un reporte final que incluye un informe ejecutivo dirigido a inversionistas y bancos. Es conveniente cumplir con las fechas estipuladas para la entrega de cada una de las guías para completar el Plan. Por esto es importante que el participante defina sus metas semanales alcanzables en el plazo propuesto de acuerdo con el cronograma detallado que se adjunta y que es inmodificable. Cada participante realizará por su cuenta las lecturas correspondientes al tema señalado que deberá ubicar de acuerdo al tema que corresponde a cada clase en los textos que contiene la bibliografía adjunta. Es requisito fundamental la participación muy activa de todos los participantes en clase.		
Sistema de Evaluación:	Evaluaciones: 1a. Evaluación: 11 de Febrero 33% incluido emprendimiento, mercado, industria y delimitación del negocio 2a. Evaluación: 18 de Marzo 33% modelo de negocio, productos y/o servicios y. Tecnología, Sistemas de Información y comunicaciones		

	3a. Evaluación: 6 de Mayo 34% Entrega escrita: Recursos Financieros, La Formulación Estratégica y El Plan de Acción. Presentación final del Plan de Negocios. Trabajo en grupo y Calificación personal. Las evaluaciones puntuales de quices, lecturas, sustentación en clase y presentación de investigación en grupos se computaran con la entrega del tema correspondiente. Presentación final del Plan de Negocios. Las evaluaciones puntuales de quices, lecturas, sustentación en clase y presentación de investigación en grupos se computaran con la entrega del tema correspondiente.
Bibliografía Especifica por Módulos:	MORALES CLEMENCIA (2014) "El emprendedor de organizaciones innovadoras"... en publicación Editorial Siglo del Hombre ... ANZOLA ROJAS SÉRVULO, (1998) "De la idea a tu empresa: Una guía para emprendedores".Editorial Limusa, S.A. de C.V., Grupo Noriega Editores
Bibliografía Complementaria:	▪ Diario El Tiempo, Sección Económica, Casa Editorial El Tiempo, Bogotá ▪ Revista Dinero, Quincenal, Sección de Mercadeo, Bogotá. ▪ Revista P&M, Mensual, Bogotá. ▪ Diario Portafolio, Casa Editorial El Tiempo, Bogotá, ▪ www.people.com.mx ▪ http://www.marketingdeservicios.com/ ▪ www.businessplans.org

EMPRENDIMIENTO

Alcaraz Rodríguez Rafael (2011)

"El emprendedor de éxito" cuarta edición. ISTEM. Mc Graw Hill.

Anzola Rojas Sérvulo (1998)

" De la idea a tu empresa: Una Guía para emprendedores". Editorial Limusa. México DF.

Aristizábal Ospina Juan David (2012)

"Llenando espacios: Un libro sobre emprendedores sociales"

CESA. Editora: María Lucia Roa. Describe el perfil de varios emprendedores sociales.

Global Entrepreneurship Monitor, 2001 Executive Report, 2001; OECD, 'Entrepreneurship, Growth and Policy,' Paris, 2001.

Ashoka & McKensey (2004)

"Emprendimientos Sociales Sostenible: Cómo elaborar planes de negocios para organizaciones sociales. Editorial Peirópolis.

Aplicable a organizaciones del tercer sector.

Barrow Colin (2010)

"Emprender un negocio para Dummies".Revisado y adaptado por Ricardo Ávila director de portafolio. Centro de Libros PAFF. Parramon ediciones. Editorial Planeta. Colombia

Cooper Brant & Vlaskovits Patrick (2010)

"The entrepreneur's Guide to Customer Development. A cheat sheet to The Four Steps of the Epiphany". Made in the USA Lexington, KY, 13 July 2011.

Julen Pierre André (2005)

"Emprendimiento Regional y Economía del Conflicto". Traducción de Jorge Enrique Jiménez & otros. Pontificia Universidad Javeriana.

Kantis, Hugo, Masahiko Ishida & Masahiko Komori (2002)

Entrepreneurship in Emerging Economies: The Creation and Development of New Firms in Latin America and East Asia, Inter-American Development Bank, 2002 (www.iadb.org/sds/sme).

Molina Vis (2013)

"Aprender a emprender" como nacen, crecen y se consolidan los jóvenes emprendedores. PP.178 Precio \$36.000 Ed. Panamericana.

Silva Duarte Jorge Enrique (2013)
"Emprendedor: hacia un emprendimiento sostenible". Ed. Alfaomega
Pp. 235 Precio \$65.000
Habla sobre el emprendedor y las iniciativas emprendedoras

Zoltan Acs, & David Audretsch (2001)
'The Emergence of an Entrepreneurial Society,' Presentation for acceptance of the 2001 International Award for Entrepreneurship and Small Business Research, Stockholm, May 3, 2001 (www.fsf.se);

Ries Eric (2011)
"The Lean Startup: How Today's Entrepreneurs Use Continuous Innovation to Create Radically Successful Businesses". Published in the United States by Crown Business"

Universidad EAN (2013)
"Emprendimientos diferentes aproximaciones". Autores Rodrigo Arturo Zárate Torres, Denise Caroline Arguelles Pabon, Santiago Aparicio García, Carlos Salcedo Pérez Alberto Ibarra Mares, Francisco Matiz Bula, León Dario Parra Bernal, Milenta Argota Cusi. Ediciones EAN.

OTROS

Angarita Andrés. (2007)
"Innovación en valor: Factor clave de éxito en la generación de ventajas competitivas"-
Tablero de comando.com, 2007.

Charan Ram (2008)
"Nadie puede innovar solo". Revista Dinero Agosto 1 de 2008.

Christensen Clayton M (1997)
"The Innovator's Dilemma: When new technologies cause great firms to fail" Harvard Business School Press. Boston Massachusetts, 1997

Christensen & Raynor (2003)
"The Innovator's Solution: creating and sustaining successful growth" Harvard Business School Publishing Corporation, Boston Massachusetts, 2003

Christensen Clayton M (2007)
"Innovaciones de ruptura" Entrevista Expo gestión 2007.

Christensen & Scott D. Anthony & Roth Erik (2004)
"Seeing What's Next: using the theories of innovation to predict industry change" Harvard Business School Publishing Corporation, Boston Massachusetts, 2003

Drucker Peter (2009)
« Innovation & Entrepreneurship » La disciplina de la Innovación.

Hammer Michael & Champy James (1993)
"Sometiendo a su Corporación al Proceso de Reingeniería". Resumen en breve

Hansen Morten T & Birkinshaw Julian (2007)
La Cadena de Valor en la Innovación. El innovador sofisticado. Harvard Business Review, pg. 106-117 Junio 2007

Harvard Business Essentials (2004)
"Desarrollarla Gestión de la Creatividad y de la Innovación: Una guía para directivos ocupados. Enfoques y Conceptos para avanzar" 2004

Hax A. & Majluf. N (1982)
"An overview of strategic management". Unpublished draft 1982.

Hax A.(1989)
"Building the Firm of The Future"
Hax, Arnoldo and Nicolas Majluf, 1982, An Overview of Strategic Management, Unpublished draft.

IAC (2002)

"Tercer estudio de benchmarking en logística y cadena de abastecimiento para pymes".

Instituto colombiano de codificación y automatización comercial de Colombia 2002 www.iacolombia.org

Kantis, Hugo, Masahiko Ishida & Masahiko Komori (2002)

Entrepreneurship in Emerging Economies: The Creation and Development of New Firms in Latin America and East Asia, Inter-American Development Bank, 2002 (www.iadb.org/sds/sme)

Knudsen Soren

"Huella ecológica y procesos de trazabilidad"

Kaplan Robert S. (2004)

"Strategy maps: converting intangible assets into tangible outcomes". Harvard BusinessSchool Press, Boston.

Kaplan Robert S (2004)

"Focusing your organization on strategy-with the balanced scorecard". 2nd. Edition, HarvardBusinessSchool Press, Boston.

Kaplan Robert S. Norton David P. (1997)

"Figura de Mando Integral: The Balanced Scorecard". Ediciones Gestión 2000, SA, Barcelona

Kaplan Robert S. Norton David P. (2001)

"The Strategy Focused Organization: How Balanced Scorecard Companies Thrive in The New Business Environment. Harvard Business SchoolPress, Bos

Kim Chan & Mauborgne Renée (2005)

"La estrategia del océano azul: Cómo desarrollar un nuevo mercado donde la competencia no tiene importancia". HBR Publishing Corporation. Bogotá Grupo Editorial Norma, 2005

Kolodovski Andrei (2005)

The innovation process. 2005

Küng Hans (1994)

"Hacia una ética mundial". Ideas sobre Responsabilidad Social Empresarial (RSE). Trotta 1994.

Lafley Alan (2008)

"The game-changer: how you can drive revenue and profit growth with innovation". Profile books limited. 2008

Lahr Michael (1983)

"Interactive Planning- The way to develop commitment". Long Range Planning Vol 16, No.4, pp 31-38, 1983

Lowenthal Abraham F. & Treverton Gregory F. (1994)

"Latin America in a New World"Copyright 1994

Matos Reyes Nancy (2007)

"Cómo surgen las características que distinguen a las organizaciones innovadoras. Una propuesta metodológica" Documentos de Trabajo. Enero de 2007. N.º 19. Depósito Legal en la Biblioteca Nacional del Perú N.º 2007-00417

MCC, LKS Consultores, ESTE e Ibermática (1999)

"Despliegue de Objetivos: La conexión entre la Planificación Estratégica y la Gestión Operativa" Paseo José María Arismendiarrieta, 5 20500 Mondragón.

Markides Constantinos (2002)

"En la estrategia está el éxito. Guía para formular estrategias revolucionarias. Editorial Norma 2002

Muhammad bin Abd Razak Rösli (2010)

Malasya Dirección Estratégica de las TIC para el Desarrollo. Muhammad bin Abd Razak Rösli. MAMPU, JPM. 20010

Morales Clemencia (1998)

"Indicadores de Estabilidad: Una herramienta para la Planeación y el Control en Carbocol". Revista Cuadernos de Administración, Pág. 69-82, Departamento de Administración Universidad Javeriana, Bogotá.

Ponti Franc & Ferrás Xavier (2008)

"Pasión por Innovar: Un modelo novedoso que incentiva la creatividad empresarial"
Grupo Editorial Norma. Bogotá

Ponti Franc (2009)
Los siete movimientos de la innovación. Bogotá: Grupo Editorial Norma.
ISBN 978-958-2430-0

Porter, M., (1987)
From the Competitive Advantage to Corporate Strategy, Harvard Business Review, May-June 1987, pp 43-59.

Prahalad C. K.(2005)
"La Oportunidad de Negocios en la Base de la Pirámide: Un Modelo de Negocios rentable, que sirve a las comunidades más pobres".
Traducción de Efraín Sánchez del título original " The fortune At the Botton of the Pirámide". Editorial Norma 2005
Prieto Adriana (2012)
"Colombia está hablando un nuevo idioma en tecnologías y comunicaciones, con Diego Molano" Revista ANDA, Año 16 número 46, ISSN 0122-6746 pp. 14-16

República de Colombia Ley 1014 (2006)
"De fomento a la cultura del emprendimiento". Enero 26 de 2006

Revista ANDA (2012)
"10 transformaciones sociales GENERADAS por L A RED en la última década" Cisco Systems pp. 20-21 Revista ANDA, Año 16 número 46, ISSN 0122-6746

Revista Dinero (2008)
Fiebre emprendedora. Avendaño Fernández Luis. grupos de trabajo auto gestionados. Revista Dinero No. 314. Noviembre 7 de 2008.

Revista Dinero (2005)
Resultados de la cumbre mundial 2005. Líderes mundiales reunidos en la Sede de las Naciones Unidas en Nueva York del 14 al 16 de septiembre. Documento Compes. Revista Dinero No. 230 de Mayo 27 de 2005

Reynolds, R.D. et al (2001)
Global Entrepreneurship Monitor, 2001 Executive Report, 2001; OECD, 'Entrepreneurship, Growth and Policy,' Paris, 2001;

Torres Bejarano René (2010)
"Pensamiento sistémico para la vida". SEPI-ESIME-IPN, 2010

Van de Ven , Andrew., Polley Douglas, GarudRaghu and Venkataraman (2001)
"El viaje de la Innovación: El desarrollo de una cultura organizacional para innovar".
Oxford University Press México, S.A. de CV.

Zoltan Acs, & David Audretsch (2001)
'The Emergence of an Entrepreneurial Society,' Presentation for acceptance of the 2001 International Award for Entrepreneurship and Small Business Research, Stockholm, May 3, 2001 (www.fsf.se);