



PROGRAMA ACADÉMICO	Técnico Profesional en Contabilidad y Costos		
ASIGNATURA:	Emprendimiento.		
UNIDAD ACADÉMICA O FACULTAD:	Administración y contaduría.		
SEMESTRE:	Primero		
PRERREQUISITO:	Ninguno		
INTENSIDAD HORARIA:	Presencial 32	Autónomo 16	Total 48
No. CRÉDITOS:	Uno (1)		

OBJETIVO DE LA ASIGNATURA

Generar en los estudiantes una mentalidad emprendedora y empresarial, que permita no sólo reconocer la importancia y los retos de crear empresa, sino además contribuir al fortalecimiento de la estructura empresarial Local, Regional o Nacional.

OBJETIVOS ESPECIFICOS

- Promover el espíritu emprendedor en los estudiantes de los diferentes programas de pregrado del INTEP.
- Desarrollar competencias y habilidades emprendedoras en los estudiantes, que le permitan ser competitivos en el mercado laboral.
- Identificar ideas y oportunidades de negocios que respondan a las necesidades del mercado local, regional o nacional.
- Potenciar la generación de nuevas empresas competentes, como proyecto de vida.

CONTENIDO PROGRAMÁTICO

EMPRENDIMIENTO Y CREATIVIDAD.

- Conceptos de emprendedor y emprendimiento
- La capacidad emprendedora.
- Los escenarios del emprendimiento. (Convocatorias, recursos, e instituciones)

EL ESPÍRITU EMPRESARIAL.

- Concepto.
- Innovación y Creatividad.
- Innovación en las ideas de negocios.

ASPECTOS CONCEPTUALES PLAN DE NEGOCIOS.

- Concepto de negocio.



- Presentación del equipo emprendedor.
- Ventaja competitiva y propuesta de valor

ESTUDIO DE MERCADO.

- Análisis del sector seleccionado.
- Análisis del mercado actual.
- Análisis e identificación de las características de nuestro producto o servicio
- El problema de investigación.
- Los objetivos y supuestos de la investigación

ANÁLISIS CONSUMIDOR CLIENTE.

- Estimación de la demanda potencial en la investigación de mercados.
- Métodos de investigación de mercados.
- Determinación del mercado objetivo.
- Estimación y determinación de la muestra representativa.
- Tipos de encuestas.

ANÁLISIS DE LA COMPETENCIA.

- Identificación de participantes y competidores potenciales.
- Análisis de productos sustitutos.
- Análisis de precios de venta de la competencia.
- Análisis de imagen de la competencia.
- Segmento (s) al cual (es) se dirige la competencia.

EL PLAN DE MERCADEO.

- Concepto de producto o servicio.
- Marketing MIX.

ESTUDIO ORGANIZACIONAL Y LEGAL.

- Determinación de objetivos y funciones de los miembros del grupo emprendedor.
- Determinación de la estructura organizacional.
- Aspectos legales de un negocio.

ESTUDIO FINANCIERO.

- Principales supuestos.
- Estructura de capital.
- Conceptos de estados financieros y flujos de caja.
- Fuentes de financiación.
- Método de la Tasa Interna de Retorno.
- Análisis de riesgo.

ESTUDIO TECNICO

- Proceso de producción



- Tamaño
- Localización
- Materias primas, insumos, talento humano.
- Maquinaria y equipos
- Seguridad industrial y calidad

ESTRATEGIA METODOLÓGICA Y DIDÁCTICA

La Asignatura se desarrolla bajo la modalidad presencial a través de:

Método expositivo, Clase magistral: Las sesiones académicas teóricas consistirán en clases magistrales, donde el profesor expondrá los contenidos básicos de la asignatura. Con carácter previo a la exposición de los contenidos, el profesor propondrá la lectura de los textos docentes básicos recomendados, con ello se pretende fomentar en el alumno la capacidad de aprendizaje autónomo.

Talleres Teórico-Prácticos (Resolución de ejercicios y problemas): Las sesiones prácticas consistirán en la resolución de casos prácticos –ejercicios- en el aula, que estarán encaminados a que el alumno se familiarice con la aplicación de los conceptos, los instrumentos y la metodología aprendidos en las sesiones teóricas y en el trabajo autónomo de estudio.

Aprendizaje cooperativo a través del estudio y la participación en la elaboración de trabajos en grupo. El profesor podrá proponer a los alumnos, de forma individual o colectiva, la elaboración de trabajos en los que se desarrollarán contenidos del programa. La búsqueda de documentación, la lectura de textos, el debate, la reflexión, entre otros, serán pasos previos a la redacción del trabajo.

EVALUACIÓN

- **Estrategias de evaluación**

La evaluación, como proceso permanente, se sujeta al desarrollo del programa, busca auscultar los logros que se han alcanzado a través de su estudio y verificar las diversas competencias adquiridas por el estudiante. En el proceso evaluativo, se deberá ponderar la capacidad de comprensión y análisis del estudiante, su interés y participación activa durante el desarrollo del trabajo académico presencial, el conocimiento adquirido a través de investigaciones realizadas y su cumplimiento con el trabajo autónomo planeado y orientado por el docente.

- **Porcentajes de evaluación**

1er. (30 %) 2er. (35 %) Final (35 %)

E: escrita; O: oral; X: exposición; T: trabajo, investigación o taller; Q: quiz;
P: parcial

- **Nota 1: Examen parcial 25%**



Talleres, asistencia y participación 5%

- Nota 2: Examen parcial 20%
Informe trabajo escrito 10%
Talleres, asistencia y participación 5%
- Nota 3: Trabajo escrito 20%
Sustentación trabajo escrito 15%

BIBLIOGRAFÍA

Manual para la Creación empresas. Carlos Julio Galindo Ed.Ecoe

Guía para Formalizar y Constituir una Empresa Cámara de Comercio –
Uniempresarial.

El emprendedor de éxito. Alcaraz Rodríguez Rafael. Mc Graw Hill.

Caso de Éxito de Emprendedores. Mc Graw Hill.

Emprendedor, Crear su propia empresa-Silva Duarte Jorge Enrique Editorial Alfa
omega.

Cartillas del Sena - Revista Dinero.

REVISTAS ELECTRÓNICAS:

<http://www.emprendedores.es/>

<http://emprendedoresunam.com>

<http://somosemprendedores.com>

PÁGINAS WEB:

www.fondoemprender.com

www.gestando.coop

www.enemprender.com

www.bogotaemprende.com