

FACULTAD DE CIENCIAS EXACTAS, INGENIERÍA Y AGRIMENSURA - U.N.R.
 ESCUELA DE POSGRADO Y EDUCACIÓN CONTINUA

PROGRAMA ANALÍTICO DE LA ASIGNATURA: EMPRENDEDORISMO Código :

PLAN DE ESTUDIOS: 1996 DEPARTAMENTO: Capacitación AREA: Asignaturas Complementarias PROFESORES: Virginia Scotta y Mariana Lahitte PROGRAMA: SEMESTRAL OBSERVACIONES: Debido a las características de la Asignatura, en otras carreras puede variar su ubicación en función de la especificidad de cada una. Asimismo sus contenidos son susceptibles de ser desarrollados en cursos a la Comunidad	PRESUPUESTO HORARIO SEMANAL PROMEDIO
	TEORÍA: 2 PRÁCTICA: 2 LABORATORIO: - TOTAL ASIGNADO: (1+2+3) 4 DEDICACIÓN DEL ALUMNO FUERA DE CLASE: 4 PRESUPUESTO TOTAL: 8 PROGRAMA BASADO EN SEMANAS ÚTILES: 16 HORAS TOTALES ASIGNADAS: 64 HORAS TOTALES PRESUPUESTAS: 128

OBJETIVOS: (qué debe saber el alumno al concluir el curso)

Que el alumno incorpore un proceso de enseñanza-aprendizaje que le permita construir escenarios futuros desde el desarrollo de capacidades creativas, innovadoras y proactivas en pos del desarrollo personal, social y económico de la Región.

Al final del curso el alumno logrará el desarrollo de saberes procedimentales, actitudinales y conceptuales para:

- Promover un perfil emprendedor que le permite transformar de manera creativa las ideas en acción.
- Conformarse en sujeto y actor en la construcción del desarrollo socio-económico del medio en el que actúa.
- Presentar una idea de negocios
- Evaluar las condiciones para iniciar un plan de negocios.
- Desarrollar un plan de negocios altamente técnico en el marco de una visión estratégica conducente a la construcción de entornos innovadores
- Negociar y gestionar los recursos necesarios para la implementación y crecimiento del emprendimiento.

UBICACIÓN EN LA CARRERA Y CARACTERÍSTICAS GENERALES:

A- UBICACIÓN EN LA CARRERA: Para la carrera de Ingeniería Industrial, esta materia es electiva y se encuentra ubicada en el décimo semestre de la misma

B- CARACTERÍSTICAS GENERALES Se propone contribuir al desarrollo de capacidades emprendedoras en las prácticas profesionales, de investigación, asistencia y transferencia de tecnología. Forma parte del Proyecto "Conocimiento, emprendedorismo e innovación para el desarrollo social y económico de las regiones. Hacia una comunidad emprendedora", presentado en el marco del Programa de Mejoramiento de la Enseñanza de la Ingeniería. Encuentra su soporte pedagógico curricular en la metodología desarrollada por Fernando Dolabela¹ en el libro "Taller del Emprendedor"². Se propone mediante un proceso de auto-aprendizaje del alumno-emprendedor y se organiza en 8 caminos. Cada camino contempla instancias de motivación, definición de qué aprender y cómo aprender, en una dialéctica permanente de teoría y praxis. Propone la creación de un ecosistema conformado por el docente Organizador del Taller, un alumno protagonista y constructor de su propio proceso de aprendizaje en una dinámica sistémica y transdisciplinaria que incluye el soporte conformado por instituciones empresariales, de gobierno, de la sociedad civil, así como de la instancia institucional organizativa y de gestión que le brinda esta Facultad.

MATERIAS RELACIONADAS:

Previas: Economía, Organización y Administración, Contabilidad y Costos, Comercialización.

Simultáneas recomendadas: Evaluación de Proyectos de Inversión

Posteriores: Proyecto final

.....
 Firma Profesor Fecha ..Ing. RICARDO DE FARSIO.....
 Aprob. Escuela Fecha
 Escuela Ingeniería Industrial

Aprobado en reunión de Consejo Académico de fecha:

¹ Fernando Dolabela. Consultor y profesor de la Fundación Don Cabral, de IEL CNI SEBRAE, del CNPq de la AED. Autor de nueve libros, además de publicaciones en congresos científicos nacionales e internacionales. Creador y coordinar de programas de emprendedorismo de Brasil.

² Dolabela, Fernando. Taller del Emprendedor. UNR Editora, Homo Sapiens Ediciones. Rosario, julio 2005.

[Handwritten signatures and initials on the left margin]

[Handwritten signatures and initials on the right margin]

Ing. RICARDO DE FARSIO
 Director
 Escuela Ingeniería Industrial

[Handwritten signature]
 F. G. A.

[Handwritten signature]
 R. Morán

CONTENIDO TEMÁTICO

Ordenar temas utilizando codificación decimal

MÓDULO GENERAL

UNIDAD TEMÁTICA I

1.0. Camino 1. (La autovaloración)

1.1. Desarrollar el concepto de sí.

1.1.1. Desarrollo de la auto imagen.

1.1.2. Auto evaluación.

1.1.3. Obtención de feedback.

1.1.4. Proyectando el futuro.

UNIDAD TEMÁTICA II

2.0. Camino 2 (La actitud emprendedora)

2.1. Perfil emprendedor.

2.1.1. Modelaje.

2.1.2. Testimonio de los emprendedores.

2.1.3. Perfil individual y perfil necesario para el emprendimiento.

2.1.4. Entrevista con el emprendedor.

UNIDAD TEMÁTICA III

3.0. Camino 3 (Promover la creatividad)

3.1. Aumento de la creatividad.

3.1.1. Innovación en el sector de actuación de la empresa.

3.1.2. Innovación en la propia empresa.

3.1.3. Ver lo viejo con nuevos ojos.

UNIDAD TEMÁTICA IV

4.0. Camino 4. (La visión prospectiva)

4.1. Proceso visionario.

4.1.1. Sociedad del futuro.

4.1.2. Vida personal.

4.1.3. Actividades profesionales.

4.1.4. Analizando la oportunidad.

4.1.5. Probando la oportunidad.

UNIDAD TEMÁTICA V

5.0. Camino 5. (Construcción de redes)

5.1. Construir una red de relaciones.

5.1.1. Planear la red de relaciones.

5.1.2. Invitar a un mentor.

5.1.3. Evaluación del sistema de relaciones.

MÓDULO ESPECIALIDAD

UNIDAD TEMÁTICA VI

6.0. Camino 6. (De la idea a la acción)

6.1. Evaluación de las condiciones para iniciar el plan de negocios.

6.1.1. Prueba su idea de empresa.

6.1.2. Presentación de los resultados.

UNIDAD TEMÁTICA VII

7.0. Camino 7. (Formular un plan de negocios)

7.1. Concluir la elaboración del plan de negocios.

7.1.1. Desarrollar la visión gerencial de la empresa.

7.1.2. Concluir la elaboración del plan de negocios.

UNIDAD TEMÁTICA VIII

8.0. Camino 8. (De la negociación)

8.1. Capacitación para negociar y presentar una idea.

8.1.1. Juego de negociación.

8.1.2. Negociando consigo mismo.

8.1.3. Presentando el Plan de Negocios.

a) Programación:

El desarrollo de la Asignatura Emprendedorismo se propone mediante un proceso de auto-aprendizaje del alumno-emprendedor y se organiza en 8 caminos. Cada camino contempla instancias de motivación, definición de qué aprender y cómo aprender, en una dialéctica permanente de teoría y praxis. De allí que el desarrollo del programa analítico se presenta, no de un modo tradicional, sino articulando permanentemente los contenidos básicos con las prácticas de aprendizaje. Es decir, incluye la interacción permanente entre aprendizaje conceptual, procedimental y actitudinal.

El conocimiento se construye desde la acción, ya que el alumno, así como el emprendedor, aprende de forma proactiva. El alumno busca el auto conocimiento. El docente sólo desempeña el rol de organizador del proceso de aprendizaje. Es decir facilita el ambiente favorable al desarrollo del perfil emprendedor del alumno, constituyendo un puente entre éste y el mundo emprendedor promovido.

A través de la conformación de un sistema de soporte (empresas, asociaciones intermedias, entes gubernamentales, entre otros), el docente vincula el aula con emprendedores que comparten su trayectoria personal y emprendedora con los alumnos. Se contribuye así a la conformación de una red de relaciones, necesaria para que el alumno transforme su aprendizaje en acción.

El contenido se presenta como caminos con apoyo en los instrumentos de auto-aprendizaje instalados en el Taller. Durante el recorrido del mismo el alumno-emprendedor realiza trabajos para desarrollar el perfil adecuado, crear y mejorar su visión y elaborar un plan de su empresa utilizando también el Plan de Negocios.

Se desarrolla en dos módulos: Módulo General Emprendedorismo I y Módulo Especialidad Emprendedorismo II. El primero tiene por objetivo presentar los Caminos 1 a 5, con el propósito de preparar al alumno para la actividad emprendedora. El segundo comprende a los Caminos 6, 7 y 8. En ese momento el alumno, ya dominando los contenidos del área de conocimiento, tiene las capacidades conceptuales, procedimentales y actitudinales necesarias para elaborar un Plan de Negocios alineado con la concepción metodológica anteriormente presentada.

Módulo General: Comprende desde el tema 1.1. al 5.1.3.

De la motivación a la idea inicial: Identificación de oportunidades.

Módulo Especialidad: Comprende desde el tema 6.1. al 8.1.3.

Estos Módulos se califican y aprueban según las siguientes condiciones :

a) Condición Aprobado (Promovido):

Al finalizar el cursado el alumno cumple con las siguientes condiciones:

- a1. Aprobar dos exámenes parciales. Cada examen comprende Teoría y Práctica.
- a2. Aprobar como mínimo el 60 % de los Trabajos Prácticos de cada unidad temática. Los Trabajos Prácticos se hacen en clase, son presenciales.
- a3. Aprobar un examen final integrador

b) Condición Intermedia (C.I.; pasa a instancia evaluadora complementaria)

La Condición Intermedia es otorgada a aquellos alumnos que no habiendo alcanzado la condición de aprobado, han cumplido con las actividades previstas durante el cursado, y sus conocimientos y/o habilidades adquiridas al final del periodo de clases no requieran o justifiquen recurrir la asignatura. Para alcanzar la condición de aprobado, deben realizar una instancia evaluadora complementaria definida por la cátedra (examen, coloquio final, profundización de algunos temas, etc.)

c) Condición Libre: (rinde examen final de teoría, práctica)

La condición de Libre se otorga a aquellos alumnos que se inscribieron en la asignatura y no realizaron las actividades previstas durante el cursado y/o no alcanzaron el rendimiento suficiente a juicio de los docentes como para acceder a alguna de las otras condiciones previstas.

OBSERVACIONES:

- RECUPERATORIOS: Se puede recuperar sólo un examen parcial. Los Trabajos Prácticos tienen una

b) Guía de actividades:

1) Cronograma correspondiente al **Módulo General** (4 HS. SEMANALES)

Semana 1: I.a presentación del Taller emprendedor. El mapa de todos los caminos. Unidad I Desarrollo del concepto de sí. Unidad II Perfil del emprendedor

Semana 2: Unidad III Aumento de la Creatividad.

Semana 3: Unidad IV Proceso visionario. Unidad II Perfil Emprendedor.

Semana 4: Unidad V Construir una red de relaciones. Unidad IV Proceso visionario.

Semana 5: Unidad II Perfil emprendedor. Unidad VI Evaluación de las condiciones para iniciar el plan de negocios.

Semana 6: Unidad II Perfil emprendedor.

Semana 7: Unidad II Perfil emprendedor.

Semanas 8^{ta}: Evaluación Parcial N° 1. Temas de la Unidad I hasta la V.

2) Cronograma correspondiente al **Módulo Especialidad** (4 HS. SEMANALES)

Semana 9: Unidad VIII Desarrollo capacidad de negociación y presentación de una idea.

Semana 10: Unidad VI Evaluación de las condiciones para iniciar el plan de negocios.

Semana 11: Unidad VII Concluir la elaboración del plan de negocios.

Semana 12^{ta}: Evaluación Parcial N° 2. Temas de la Unidad VI hasta la VIII.

Semana 13: Unidad VIII Capacitación para negociar y presentar una idea.

Semana 14: Unidad VIII Capacitación para negociar y presentar una idea.

Semana 15: Análisis de Consistencia

Semana 16^{ta}: Evaluación Final. Integrador

Semana	Clase 1	Clase 2
1	Unidad I	Unidad II
2	Unidad III	Unidad III
3	Unidad IV	Unidad II
4	Unidad V	Unidad IV
5	Unidad II	Unidad VI
6	Unidad II	Unidad II
7	Unidad II	Unidad II
8	Evaluación Parcial 1	Evaluación Parcial 1
9	Unidad VIII	Unidad VIII
10	Unidad VI	Unidad VI
11	Unidad VII	Unidad VII
12	Evaluación Parcial 2	Evaluación Parcial 2
13	Unidad VIII	Unidad VIII
14	Unidad VIII	Unidad VIII
15	Análisis de consistencia	Análisis de consistencia
16	Evaluación final	Evaluación final

BIBLIOGRAFÍA

a) Adecuada al programa. Ordenada por temas y con su codificación de biblioteca, incluidas las publicaciones de la Cátedra con su código de publicación.

Dolabela, Fernando. (2005.) Taller del Emprendedor. UNR Editora, HOMO SAPIENS Ediciones.

Dolabela, Fernando. (2006). El Secreto de Luisa. UNR Editora, HOMO SAPIENS Ediciones. En proceso de edición.

b) Complementaria para profundización o extensión de temas.

Brealey y Myers, "Fundamentos de Financiación Empresarial", Capítulo 3. Cómo calcular valores actuales McGraw-Hill, 4ta Edición, Madrid, 1993.

Bygrave, William D, Editor. "The Portable MBA in entrepreneurship", Capítulo 4. Market Opportunities and Marketing USA, Wiley, 2ª Edición, 1997.

Graña, F. (2002) Creación de Empresas: Factores asociados al éxito emprendedor en cinco ciudades argentinas. Editorial Universidad Nacional de Mar del Plata, Argentina.

Gennero A.; Baltar F. y Liseras N. (1999) Diferencias espaciales en la gestación de ideas empresariales en argentina. Publicación en CD, Anales del IV Seminario de Rede PMEs Mercosul, Fortaleza, Brasil, 2000.

Gennero A. y Liseras N. (2004) "Cómo inciden las características de la facultad sobre la probabilidad de que un alumno universitario posea vocación emprendedora" presentado en la 9na Reunión de la Red PyME, UNGS.

Griffin, Ricky W, "Management, Managing Entrepreneurship". Capítulo 10. Managing Entrepreneurship and New Venture Formation., USA, HMCO, 1999.

D'Annunzio María Claudia, Moyano Raúl y Rábago Patricia Laura (2004) "Empresas de Reciente Creación: Análisis de las características de los procesos empresariales en la localidad de Tandil" presentado en la 9na Reunión de la Red PyME, UNGS.

D'Annunzio, C. y Rábago, P. (2001), Génesis Empresarial: Aspectos generales y factores de formación, Centro de Publicaciones Universidad Nacional del Litoral, Santa Fe, Argentina, Septiembre, pág. 425/448.

Kantis, H. (Ed.) *Desarrollo Emprendedor. América Latina y la Experiencia Internacional*. Banco Interamericano de Desarrollo/ Fundes Internacional, ISBN 1931003785. Editorial Nomos SA, Colombia, 2004.

Kantis, H. (Coord.) *Estudios sobre el desarrollo emprendedor en Argentina. Creación de empresas en Argentina y su entorno institucional*. JICA/UNGS; Agosto 2003.

Kantis, H., Ishida, M. y Komori, M. (Eds.) *Empresarialidad en Economías Emergentes: Creación y Desarrollo de Nuevas Empresas en América Latina y el Este de Asia*. Banco Interamericano de Desarrollo, Washington Marzo de 2002. <http://www.iadb.org/sds/doc/IIDBspanishbookfinal.pdf>

Kantis, H. (2003) "Creación y desarrollo de empresas en América Latina: el caso argentino" en Enric Genescá, David Urbano y Joan Lluís Capelleras (Comps.) *Manual de Creación de Empresas*; Universidad Autónoma de Barcelona, Bellaterra, Marzo 2003.

Kantis, H. (2003) "Creación de empresas en Argentina: como ampliar la base empresarial" en *Aportes*

para una Política PyME en Argentina. CEPAL, Of. Bs.As, Enero 2003.

Kantis, H. con la colaboración de Juan Pablo Ventura, Francisco Gatto y Juan Federico *Empresarialidad en Economías Emergentes: Creación y Desarrollo de Empresas en América Latina y Este de Asia: Informe Argentina*. BID/UNGS, Junio 2003. Miño y Dávila Editores.

Kotler, Philip, "Marketing Management", , Prentice Hall, 10th Edición, USA , 2000, Página 177

Rearte, A.; Liseras, N. (2001); Evolución del Proceso de Gestación Empresarial, VI Reunión Anual de la REDPYME: Mercosur, Rafaela, Septiembre.

Liseras, N.; Gennero, A. y Graña, F. (2003), "Factores asociados a la vocación emprendedora en alumnos universitarios". Mimeo, Universidad Nacional de Mar del Plata.

Rocha, H. Reynolds, P. Donato, V. y Haedo, C. (2004) "Local Production Systems, Entrepreneurship and Regional Development. Theoretical Arguments and Empirical Evidence from Argentina" presentado en la 9na Reunión de la Red PyME, UNGS.

Timmons, Jeffrey A, "New Venture Creation", Parte III, Capítulo 11 The Business Plan y Capítulo 12 Entrepreneurial Finance, Irwin/McGraw-Hill, 5th Edition, USA, 1994,

Castillo, V. Ferian, E. Filippo, A. Rojo Brizueia, S. y Yoguei, G. (2004) "Patrones básicos de rotación de empresas en Argentina hacia el final de la convertibilidad" presentado en la 9na Reunión de la Red PyME, UNGS.

"The emergence of University Graduates Entrepreneurs: What makes the difference? Empirical differences from a research in Argentina." en colaboración con Sergio Postigo, Juan Federico y Fernanda Tamborini. RENT XVI, Research in Entrepreneurship and Small Business. November 2002. Barcelona. Conference Proceedings Departamento de Economía de la Empresa. Universidad Autónoma de Barcelona. Vol. 2 Pp. 609-629.