

UNIVERSIDAD AUTÓNOMA DE BAJA CALIFORNIA
COORDINACIÓN DE FORMACIÓN BÁSICA
COORDINACIÓN DE FORMACIÓN PROFESIONAL Y VINCULACIÓN UNIVERSITARIA
PROGRAMA DE UNIDAD DE APRENDIZAJE

I. DATOS DE IDENTIFICACIÓN

1. Unidad Académica: FACULTAD DE INGENIERÍA ARQUITECTURA Y DISEÑO
2. Programa (s) de estudio: INGENIERÍA INDUSTRIAL
3. Vigencia del plan: 2007-1
4. Nombre de la Unidad de aprendizaje: EMPRENDEDORES
5. Clave: 9032
6. HC: HL HT 2 HPC HCL HE CR 2
7. Etapa de formación a la que pertenece: DISCIPLINARIA
8. Carácter de la Unidad de aprendizaje: Obligatoria X Optativa
9. Requisitos para cursar la unidad de aprendizaje: NO APLICA

UNIVERSIDAD AUTÓNOMA
DE BAJA CALIFORNIA



DEPARTAMENTO DE FORMACION
PROFESIONAL Y VINCULACION
CAMPUS ENSENADA

UNIVERSIDAD AUTÓNOMA
DE BAJA CALIFORNIA



FACULTAD DE
INGENIERIA

Formuló: **OCEAN. MIGUEL ANGEL ADAME MONREAL**
M.I. GUILLERMO AMAYA PARRA

Fecha: **JUNIO 2012**

Vo.Bo. M.C. **CARLOS GOMEZ AGIS**

Cargo: **SUBDIRECTOR**

HOMOLOGACIÓN DE LA UNIDAD DE APRENDIZAJE EMPRENDEDORES

Fecha de Homologación: Mayo 2013

Patricia Avitia Carlos

M.C. Patricia Avitia Carlos
Subdirección del Centro de Ingeniería y Tecnología, Valle de las Palmas

Melchor Ojeda Ruiz

M.I. Melchor Ojeda Ruiz
Subdirección de la Facultad de Ingeniería, Arquitectura y Diseño,
Ensenada

Daniel Hernández Balbuena

Dr. Daniel Hernández Balbuena
Subdirección de la Facultad de Ingeniería, Mexicali

Lourdes Apodaca del Ángel

M.C. Lourdes Apodaca del Ángel
Subdirección de la Facultad de Ingeniería y Negocios, Tecate

Noemí Hernández Hernández

Q. Noemí Hernández Hernández
Subdirección de la Facultad de Ciencias Químicas e Ingeniería, Tijuana

UNIVERSIDAD AUTONOMA
DE BAJA CALIFORNIA



FACULTAD DE INGENIERIA,
ARQUITECTURA Y DISEÑO
ENSENADA, B.C.

X

II. PROPÓSITO GENERAL DEL CURSO

La materia de emprendedores pretende que el estudiante analice y conozca el mercado, su comportamiento, características y las expectativas del consumidor, para poder explotarlas. Su interacción con la competencia, las expectativas de los productos y/o servicios, Su promoción, la política de precios, así como sus canales de distribución. La naturaleza de este curso es práctica. Durante el curso se buscara:

Fomentar el Desarrollo de sus la capacidad de análisis y criterio del estudiante, además del espíritu emprendedor frente a escenarios cambiantes.

Fomentar en el estudiante la iniciativa para detectar áreas de oportunidad en el entorno. A través de diagnósticos prácticos al entorno económico y a las necesidades de las personas con una Investigación de mercado, para aplicar a la toma de dediciones en base a estudios mercadológicos y financieros; también considerando todos los elementos para elaborar un plan de negocios para crear una empresa.

Desarrolla la capacidad de creatividad e innovación del estudiante en el diseño de productos o servicios innovadores de negocios de acuerdo a las necesidades de su entorno.

III. COMPETENCIA DEL CURSO

Analizar del mercado y la demanda de acuerdo a las necesidades de la población a la que este dirigido el producto o el servicio generado considerando los aspectos técnicos y económicos que requieren para cumplir integralmente con las expectativas del consumidor, mediante estudios de viabilidad, factibilidad y rentabilidad, para desarrollar una empresa, con responsabilidad y ética profesional.



Handwritten signatures and names in blue ink, including the name "Roberto Carlos" and several illegible signatures.

IV. EVIDENCIA (S) DE DESEMPEÑO

El profesor llevará a cabo exposiciones de clase de los temas y proporcionara referencias y material auxiliar para cada un de los mismos. Los temas serán evaluados tomando en cuenta la participación activa y acertada por parte del alumno, la realización de trabajo extra clase y trabajos de investigación de campo y bibliográfica, aplicación de exámenes escritos. Durante el semestre presentará los reportes de las tareas-problemas, las cuales serán el fundamento para la evaluación del su desempeño así como trabajos aplicados a situaciones reales; Se obtendrán los siguientes productos:

- Elaboración de un diagnostico de la situación actual de una empresa.
- Elaboración de un sondeo de mercado y su análisis e interpretación
- Elaboración de un plan de mercadotecnia para una empresa.
- Elaboración de plan de producción, elaboración de plan financiero.


Pérez Carlos

V. DESARROLLO POR UNIDADES

COMPETENCIA:

Analizar necesidades de mercado y problemáticas existentes en base a las características del producto o servicio, Aplicar su creatividad seleccionara una idea a desarrollar a través elaborar y evidenciar de producto o servicio con un documento plan de negocio que pueda satisfacer los requerimientos de un mercado existente, con responsabilidad y compromiso.

(DURACIÓN: 7 h)

UNIDAD 1: EMPRENDEDORES Y NATURALEZA DEL PROYECTO

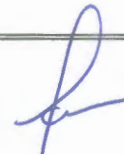
CONTENIDO:

1.1 Emprendedores

- 1.1.1 Características del emprendedor
- 1.1.2 Trabajo en Equipo
- 1.1.3 Creatividad y proceso creativo
- 1.1.4 Los bancos de patentes como generación de nuevos emprendimientos
- 1.1.5 Técnicas de selección de ideas que resuelvan, problemas y/o satisfagan una necesidades de Mercado y socio técnicas
- 1.1.6 características e importancia del plan de negocios

1.2 Naturaleza del Proyecto

- 1.2.1 Justificación de la idea y características
- 1.2.2 De la Idea al proyecto hacia el plan de negocio
- 1.2.3 nombre de la empresa
- 1.2.4 Descripción de empresa y producto /servicio
- 1.2.5 Misión y visión de la empresa
- 1.2.6 Objetivos estratégico de la empresa
- 1.2.7 Ventajas Competitivas
- 1.2.8 Análisis de la industria o sector
- 1.2.9 Calificación para estar en este sector industrial



Fernando Ruiz Galo J

COMPETENCIA:

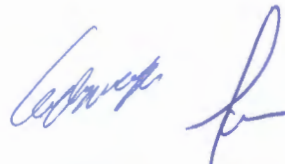
Integrar al proyecto emprendedor las funciones de la mercadotecnia y análisis de fuentes primarias y secundarias, a través del desempeño y la participación proactiva de cada integrante del equipo de trabajo, con responsabilidad y compromiso.

(DURACION: 6h.)

UNIDAD 2: MERCADOTECNIA**CONTENIDO:**

- 2.1 Objetivos de la mercadotecnia
- 2.2 Investigación de mercado y despliegue de calidad
- 2.3 Análisis de resultado investigación de mercado

- 2.4 La mezcla de mercadotecnia
- 2.5 Fijación y políticas de precio
- 2.6 Distribución producto y/o servicios y puntos de venta
- 2.7 Promoción y publicidad del producto o del servicio
- 2.8 Plan de introducción del mercado
- 2.9 Riesgos y oportunidades del mercado
- 2.10 Sistema Comercial
- 2.11 Plan de ventas y su proyección



PhoetutzGobal

COMPETENCIA:

Integrar al proyecto emprendedor las funciones de producción, a través del desempeño y la participación proactiva de cada integrante del equipo de trabajo en los procesos de productivo correlacionada las materias primas, materiales equipo y herramienta y capacidad de respuesta, con responsabilidad y compromiso.

(DURACIÓN: 6h.)

UNIDAD 3: PRODUCCION

CONTENIDO:

- 3.1 Objetivos de la producción
- 3.2 Especificaciones técnicas del producto o servicio
- 3.3 Descripción del proceso de producción o prestación del servicio
- 3.4 Diagrama de Flujo del Proceso
- 3.5 Capacidad instalada de respuesta, tecnología, equipo, maquinaria e instalaciones
- 3.6 Materia prima e insumos para el servicio, manejo de inventarios
- 3.7 Presupuesto y proveedores de Maquinaria, equipo , herramienta , materia prima
- 3.8 Ubicación y distribución de planta y oficinas
- 3.9 Asegurar calidad producto y/o servicio y Mejora continua
- 3.9 Elaboración de prototipo de producto y/o evidenciar el servicio prestado
- 3.10 Programa de producción y capacidad

Pablo Antonio Cárdenas

COMPETENCIA:

Integrar al proyecto las funciones de finanzas a través del desempeño y la participación proactiva de cada integrante del equipo de trabajo utilizando software y presupuestos. Definiendo y describiendo las actividades a desempeñar en cada área de la empresa, con responsabilidad y compromiso.

(DURACIÓN: 6h.)

UNIDAD 5: FINANZAS**CONTENIDO:**

- 5.1 Finanzas
- 5.2 Objetivos de finanzas
- 5.3 Sistema contable de la empresa y software a utilizar
- 5.4 Costos y gastos de
- 5.5 Flujo de efectivo
- 5.6 Estados financieros proyectados
- 5.7 Indicadores financieros
- 5.8 Sistema de financiamiento



Pedro A. de Celis

COMPETENCIA:

Integrar al proyecto emprendedor un resumen ejecutivo, a través del desempeño y la participación proactiva de cada integrante del equipo de trabajo. Definiendo y describiendo las actividades a desempeñar en cada área de la empresa, con responsabilidad y compromiso.

(DURACIÓN: 4h.)

UNIDAD 6: RESUMEN EJECUTIVO

CONTENIDO:

6.1 Contenido del Resumen Ejecutivo

6.1.1 Naturaleza del proyecto

6.1.2 El mercado

6.1.3 Sistema de producción

6.1.4 Organización

6.1.5 Finanzas plana de inicio de operaciones

6.2 Plan de trabajo

6.3 Viabilidad del proyecto emprendedor

Pérez Arce Celso

VI. ESTRUCTURA DE LAS PRÁCTICAS

No. de Práctica	Competencia(s)	Descripción	Material de Apoyo	Duración
1. Emprendedor	Identificar si el alumno tiene espíritu emprendedor.	Elaboración de un test del emprendedor e función características emprendedor Realización de una visita a empresa solicitar la participación con conocimientos adquiridos en el aula con sobre mercadotecnia y su ampliación en esta con información mercadológica	Test de cimarrones emprendedores	2 h
2. Creatividad	Hacer uso de la creatividad para desarrollar una idea de producto o servicio. Y selección DEL EMPRENDIMIENTO	Desarrollo DE EJERCICIOS para motivar la creatividad. Aplicar técnicas de proceso creativo para seleccionar la idea que resuelva un problema o satisfaga necesidad de mercado	Búsquedas tecnológicas en banco de patentes IMPI. Material procesos creativo, y videos	4 h
3. Naturaleza del proyecto	Conceptualizar la idea de producto o servicio para desarrollar un plan de negocios. Describir la empresa según su idea de negocio.	Elaboración de Misión visión y objetivos estratégicos del emprendimiento Descripción detallada de la idea y justificación de cómo satisface necesidad y problema.	Herramienta FODA, apuntes	2 h
4. Mercadotecnia	Definir lo que desea lograr con el producto o servicio en términos de ventas, distribución y posicionamiento de mercado.	Análisis y diagnóstico de las condiciones de mercadotecnia en la empresa considerando; Fuentes primarias y secundarias de clientes y necesidades cambiantes elaboración encuesta interpretación de resultados.	Apuntes	2 h

		Análisis de la competencia Realizar la evolución de las tareas de oportunidad del mercadotecnia en la empresa propuestas de mejora.		
5. Producción	Definir el proceso de producción del producto o servicio, que sea de calidad y satisfactorio para el consumidor.	Comprobación de hipótesis de la investigación del mercado presentación de resultados de resultados.		6 h
6. Organizacion	Definir forma en que se dispondrá y asignara el trabajo entre el personal de la empresa, para alcanzar eficientemente los objetivos propuestos.	Plantear los elementos del plan de mercadotecnia a la empresa.		2 h
7. Finanzas	Proporcionar información sobre el sistema contable para determinar si el proyecto es viable	Diseñar la presentación del plan de mercadotecnia para una empresa.	Plantilla Excel para calculo de proyecciones financieras	4 h
8. Resumen Ejecutivo	Integrar al plan de negocios un resumen ejecutivo.	Participación en expo emprendedor.	Instrumento de evaluación	4 h
	Presentación del resumen ejecutivo y demostración de su producto o servicio.			







VII. METODOLOGÍA DE TRABAJO

El curso de Emprendedores se impartirá en sesiones de 2 horas de taller por semana, en las cuales el profesor facilitará el aprendizaje de los conocimientos a lo largo del curso así como el desarrollo de las habilidades prácticas de los alumnos proporcionando el material necesario en forma clara para encauzarlos en un aprendizaje dinámico y colectivo. El curso se enfocará a una actuación práctica del alumno durante las sesiones del curso y se fortalecerá con un plan de negocios de un producto o servicio el cual involucrara la aplicación de los conocimientos adquiridos.

El curso incluirá:

-Fomentar la expresión oral del alumno, a través de la participación abierta dentro del desarrollo de la clase.

-Fomentar la habilidad de trabajo en equipo al asignar el proyecto en grupos de trabajo.

- Se elabora documento plan de negocio y producto tangible para calculo de materiales y precio de venta encaso de servicio tiene que hacer evidente la forma de prestara el mismo

Par atipara exponiendo su producto y servicio y documentación en expo emprendedor

-El curso tendrá la opción de que el alumno estudie de manera independiente al trabajar simultáneamente en el proyecto de emprendedores a través de la elaboración de un plan de negocios o un producto o servicio. De esta manera el profesor se convierte más bien en un asesero que en un instructor durante el desarrollo del proyecto.



Handwritten signatures in blue ink, including a large stylized signature on the left, a signature in the middle, and a signature on the right that reads "Roberto Carlos" with a small 'X' above it.

VIII. CRITERIOS DE EVALUACIÓN

Los criterios de acreditación serán los siguientes:

Plan de negocios y evidencia de P/S	40%
Participación individual en el proyecto	20%
Presentación en equipo plan de negocio y producto / servicio	20%
Avances Oportunos, congruentes, y suficientes del proyecto	20%

IX. BIBLIOGRAFÍA

Básica	Complementaria
<p>El Emprendedor de Éxito Guía de Planes de Negocios Rafael Alcaraz Rodríguez McGraw Hill</p> <p><i>Manual de apuntes para emprendedores (UABC)</i> de Miriam Roció González, Ed UABC</p> <p>Metodología Cimarrones emprendedores. Administración de Pequeñas empresas Servulo Anzola McGraw Hill</p>	<p>Innovación empresarial arte y ciencia en la creación Varela Villegas, Rodrigo Printice Hill</p> <p>IMPI Búsquedas tecnológicas (http://www.impi.gob.mx/wb/IMPI/herramientas_del_sitio)</p>