



UNIVERSIDAD DE BUENOS AIRES

Facultad de Ciencias Económicas

Departamento de Administración

Asignatura: EMPRENDEDOR 21

Código: 733

Plan "1997"

Cátedra: Profesor Asociado Pablo ARISTIZABAL

Carrera: Lic. En Administración

**Aprobado por Res. Cons. Directivo
(F.C.E.)**

Nro. : 4399/17

En caso de contradicción entre las normas previstas en la publicación y las dictadas con carácter general por la Universidad o por la Facultad, prevalecerán éstas últimas.

1. Programa de Estudios EMPRENDEDOR 21

Encuadre General

Contenidos Mínimos

Actitudes y habilidades inherentes al perfil emprendedor. El emprendedorismo como campo de conocimiento, con su correspondiente desarrollo histórico y simbólico. Estrategias de creatividad e innovación. Planes de negocios como herramienta de creatividad estructural. Recursos para concretar y optimizar emprendimientos.

Ubicación de la materia en la Carrera

La asignatura se encuentra ubicada en el 2do. tramo del ciclo profesional de las carreras de Contador y Lic. en Administración.

1.1 Objetivos de la Cátedra

La definición de los objetivos o metas a lograr es clave para el delineamiento de las acciones a emprender:

- Promover una nueva metodología de enseñanza que co-construya el conocimiento, a través de herramientas de la web 2.0, que estimulen la Inteligencia colaborativa y el arrojarse a través de composiciones frente a conversaciones pertinentes sobre el espíritu emprendedor.
- Forjar en los Graduados el espíritu emprendedor, para que sean protagonistas del hacer que las cosas sucedan de manera innovadora.
- Promover el desarrollo de nuevos emprendedores que contribuyan al crecimiento económico de la Argentina bajo el modelo de riqueza re-distributiva. Los emprendedores son creadores de historia y grandes contadores de historias. En el entendimiento de que el emprendedor no solo es un empleador sino también un creador de historias y trovador de las mismas.
- Articular espacios y herramientas teórico-prácticas adecuadas para favorecer la I+I+D: innovación, investigación y el desarrollo de emprendimientos creativos y únicos como cada emprendedor.
- Propiciar el desarrollo de una visión sistémica del proceso de construcción de emprendimientos desde lo social, económico y político, enalteciendo la importancia del emprendedor en organizaciones con fines de lucro, no gubernamentales y gubernamentales.
- Generar un espacio donde los alumnos puedan volcar en la práctica la actitud emprendedora, desarrollando un proyecto de negocio que tenga un potencial de realización, basándose en herramientas que faciliten la creación de emprendimientos competitivos.



2. Importancia para la formación profesional. Fundamentación de la asignatura

Enseñar capacidades emprendedoras es forjar en los estudiantes el ser emprendedor; lograr que sean aquellos que hacen que las cosas sucedan de manera innovadora, que problematicen, se conecten, se conmuevan, se arrojen y compongan.

El enfoque disciplinario en el que descansa esta asignatura se basa en problematizar sobre lo dado, sea que provenga de las experiencias personales, formación académica y profesional. Estos elementos se tienen que llevar a la práctica a través de la planeación, inicio y desarrollo de un proyecto de negocio que deberá integrar conocimientos, habilidades y valores adquiridos en cada asignatura de la carrera, para que con miras a un futuro, el alumno pueda crear valor en su rol de entrepreneur o intrapreneur. En la nueva sociedad del conocimiento, la trama de relaciones de interdependencia se ha resignificado, por lo que el espíritu emprendedor puede ser desarrollado en un emprendimiento propio, como también en el proyecto de un tercero.

El objetivo de esta asignatura consiste principalmente en desarrollar en el alumno una serie de actitudes y aptitudes que le motiven a emprender y dirigir un proyecto de negocio, aumentando el dinamismo empresarial y contribuyendo, de este modo, al desarrollo económico y social de nuestro entorno. El programa elaborado a tal efecto recoge el conjunto de fases recomendables para la implantación con éxito de la idea de negocio, así como otros factores que influyen tanto en la creación del proyecto como en su desarrollo posterior.

2.1 Objetivos generales:

- a) Adquirir actitudes y habilidades inherentes al espíritu emprendedor.
- b) Comprender el emprendedorismo como campo de conocimiento, con su correspondiente desarrollo histórico y simbólico.
- c) Aplicar estrategias de creatividad e innovación vinculándolas al potencial de ser del alumno..
- d) Elaborar planes de negocios como herramienta de creatividad estructural.
- e) Organizar y utilizar recursos para concretar y optimizar emprendimientos.
- f) Promover el uso de las TICS para la elaboración de la estrategia y la generación de la inteligencia colaborativa.



2.2 Estructura del programa de estudios emprendedor:

Las actividades propuestas en el programa se encuentran orientadas a tres perfiles de destinatarios:

- Emprendedores y la creación de nuevos emprendimientos.
- Emprendedores dentro de una organización.
- Emprendedores en el sector gubernamental.

La estructura del programa que proponemos esta fundamentada en las más actualizadas realidades del entorno y la tecnología donde se desarrollan los negocios. Integra en dos grandes módulos, uno teórico y otro práctico con diferentes niveles de interrelaciones, las variables más significativas que exigen un tratamiento profesionalizado de la actividad entrepreneur, la actividad intrapreneur y las instituciones en el mercado.

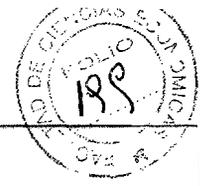
Con el primer tema, concienciar al alumno sobre la importancia que la creación de emprendimientos tiene para el desenvolvimiento económico y social de un país, se pretende despertar las cualidades creativas básicas para la percepción de la oportunidad de negocio y fomentar las características emprendedoras necesarias para la asunción del riesgo que todo proyecto de negocio conlleva.

Como segunda instancia, se busca generar en el alumno un autoconocimiento que le permita identificar sus habilidades, para que dentro de la nueva trama de relaciones de interdependencia, pueda detectar el espacio donde potencialmente podría agregar más valor.

Por medio de un trabajo de introspección, se busca lograr una mirada crítica al interior del alumno, que lo concientice de manera tal de forjar en él una actitud protagonista, tomando lo dado como la base para desarrollarse. Tratamos de disruptir con el antagonismo del rol de víctima, definiendo zona de confort vinculado a la voluntad.

Si bien detectar una oportunidad de mercado y crear un nuevo emprendimiento es la fórmula típica de comenzar un negocio es muy cierto que no es la única. Por ello, dentro del modulo 1 abordamos el estudio de otras modalidades de acceso a la condición de emprendedor alternativas a la creación de empresas.

Para finalizar, una reflexión respecto al hecho de que la mayor parte de las empresas de nueva creación acceden al mercado con un reducido tamaño, unido a la idiosincrasia de nuestro tejido empresarial inmediato, nos incita a introducir un tema relacionado con la problemática específica de las pequeñas y medianas empresas (pymes). Este tema transcribe nuestro interés de no abandonar el estudio de la empresa en el momento justo de su constitución, preocupándonos asimismo por su desarrollo posterior.



Si bien la idea y el espíritu emprendedor supone el origen de la creación de emprendimientos, el éxito de su puesta en marcha depende en gran medida de una adecuada planificación, por lo que en el segundo modulo se pondrá énfasis en la necesidad de elaborar un trabajo de campo, cuyo desarrollo se analiza con posterioridad. Dentro de la consigna de presentar una propuesta emprendedora de proyecto, se abordarán los aspectos más importantes, constituyentes del plan de negocio, y relacionados con el análisis de mercado, las decisiones estructurales, la planificación de las principales actividades y la localización y acceso a recursos, la elección de la forma jurídica y la constitución formal de la empresa.

2.3. Currícula Formativa

El programa de estudios propuesto responde a los objetivos y estructura precedentemente detallados. Se divide en dos módulos con nueve unidades temáticas, adecuadamente interrelacionadas y adecuadas a su desarrollo en tiempo y forma dentro del periodo cuatrimestral, comprendiendo la adecuada combinación de los recursos de aprendizaje propuestos.

NOMBRE DEL PROGRAMA:	EMPRENDEDOR 21
ASIGNACIÓN DE TIEMPO:	64 HORAS.
PROFESOR TITULAR	LIC. PABLO ARISTIZABAL

PROGRAMA ANALÍTICO - ASPECTOS TEÓRICOS DE LA ASIGNATURA



Unidad I: El EMPRENDEDOR

Objetivo: Establecer las bases y fundamentos que definen a un emprendedor.

Perfil del emprendedor

El espíritu emprendedor.

¿Qué es emprender?

Aptitudes y Actitudes esenciales de un emprendedor.

La importancia del lenguaje: La escucha activa, el aprender a problematizar y el rol de las conversaciones.

El emprendedor nace o se hace.

Emoción vs Motivación: La emoción como motor de la acción de un emprendedor.

La diferencia de un emprendedor con un autoempleado, un inversor y un empresario.

Autenticidad en el emprendedurismo.

Los miedos y el fracaso.

Autoconocimiento y autorrealización.

El pasado como palanca del futuro: Hilar los puntos hacia atrás.

El presente como plataforma de lanzamiento: Lo dado y el potencial de ser.

Ciclo del emprendedor: Zona de confort, voluntad y arrojo.

Crear para Crear, crear para Crecer

Pensar en grande: el valor de los sueños

Unidad II: PRODUCTO INTELIGENTE. NACIMIENTO DE UNA IDEA, CONCRECIÓN DEL PROYECTO Y CICLO DE VIDA CONTINUO.

Objetivo: Explicar el ciclo de vida de un emprendimiento a partir del nacimiento de una idea y su posterior implementación

¿Cómo nace una idea?

Lo dado: Habilidades adicionales.

Identificación y solución de un problema como impulsor de una idea.

De la idea al proyecto

Concepto de innovación, valor y dinero.

Modelos de negocios.

Producto Satisfactor

Proceso de Sintonía y Resonancia: la palabra que viaja y el mundo vital.

Ciclo de vida continuo del producto: Posicionamiento y resignificación.

Las olas de Toffler:

Desde la era industrial hacia la sociedad del conocimiento.

Web 2.0: La nueva Tierra Media.

Políticas para fomentar la actividad emprendedora: Hacia una mejor redistribución del trabajo y la riqueza

Trama de relaciones de interdependencia: el valor agregado como vinculante.

Realización de un trabajo de Campo

Creación de una idea y proyecto

Objetivo: Generar una propuesta de proyecto innovadora, a partir de la identificación de una oportunidad de mercado, y el

análisis de su viabilidad

UNIDAD III: LOCALIZACIÓN Y ACCESOS A RECURSOS FINANCIEROS

Objetivo: Analizar y elaborar un plan de acceso a capitales para financiar proyectos emprendedores.

- Como empezar sin capital.
- La financiación por recursos propios.
- La financiación por deuda.
- Ayudas y subvenciones a la creación de empresas.
- Venture Capital
- Otras fuentes de financiación.
- El análisis económico- financiero.

UNIDAD IV: CONSTITUCIÓN DE LA EMPRESA

Objetivo: Analizar las principales formas societarias y marcos regulatorios para la constitución y registro de empresas.

- Elección de la forma jurídica.
- Trámites administrativos de carácter mercantil.
- Trámites de carácter fiscal y contable.
- Trámites relacionados con los trabajadores y la S.S.
- Otros trámites para la constitución formal de la empresa.
- Propiedad intelectual
- Cómo proteger y resguardar ideas de negocios

UNIDAD V: CREACIÓN DE EQUIPOS DE TRABAJO EMPRENDEDORES

Objetivo: Explicar las principales habilidades de un emprendedor, a través del estudio y caracterización de la creatividad, el liderazgo y el trabajo en equipo

- Liderazgo.
- Características que distinguen a un líder.
- Trabajo en equipo.
- Características de los equipos eficaces.
- Técnicas efectivas de coaching.
- Identificación de habilidades personales para desarrollar comportamientos efectivos.
- Armado de equipos de alta performance y conductas proactivas.

Unidad VI: FÓRMULAS ALTERNATIVAS PARA CONVERTIRSE EN EMPRENDEDOR.

Objetivo: Explicar las principales alternativas para desarrollar emprendimientos en marcha y potenciar el crecimiento del negocio.

- La franquicia.
- La empresa familiar.
- La adquisición de empresas.



Actividad emprendedora desde el interior de una organización.

Alianzas estratégicas como base para potenciar el crecimiento del negocio.

Networking: Su alcance y modalidades

Agrupaciones de Colaboración y las Uniones de Empresas

Mecánica de los grupos de trabajo

Errores y aciertos en alianzas. Construyendo una visión compartida

3. Bibliografía Obligatoria

Aaker. Management estratégico del mercado.

Al Ries y Jack Trout. Las 22 leyes inmutables del marketing en Internet.

Allen Marc. El emprendedor visionario. Del futuro distribuciones

Amat. Emprender con éxito. Gestión 2000

Anzola Rojas Servulo. De la idea a tu empresa. Mc. Graw Hill

Aristizabal, Pablo. El sueño emprendedor, el futuro de un país (2005).

Aristizabal, Pablo. Pasión por aprender.

Aristizabal, Pablo. Producto Inteligente. Aristizabal,

Pablo. Marketing Internacional. Aristizabal, Pablo.

Noche que tocó Roger Waters. Aristizabal, Pablo.

Platón a Facebook Reloaded.

Aristizabal, Pablo. Vitalización Áulica, las TICs y su impacto en la educación. Aristizabal, Pablo. Marketing en la nueva Tierra Media.

Aristizabal, Pablo. Pasión, aprendizaje y creación en la Sociedad del Conocimiento.

B. Becker, M. Huselid y D. Ulrico, The HR Scorecard

Borillo Antonio. El Plan de Negocios. MCGRAW-HILL

Borges J.L. El Aleph.

Capra, F (1993) Extracto de "El Punto Crucial" Norma:

Cariola Oscar Horacio. Marketing Plan para emprendedores. CP67

Casilla Bueno José Carlos, Díaz Fernández Carmen, Vázquez Sánchez Adolfo. La Gestión de la empresa familiar. Paraninfo

Collins, Jim, Empresas que perduran.

Collins, Jim, Empresas que sobresalen.

Covey, S (1998) Los 7 hábitos de la gente altamente efectiva Ed. Covey Leadership Center: Estados Unidos

Covey S. El 8vo Hábito.

Dan Ariely, Las trampas del deseo.

De Bono, E (1989) Pensamiento Lateral. Manual de Creatividad Aplicada Ed. Paidós: Argentina

Drucker, P (1994) La innovación y el empresariado innovador Ed. Sudamericana: Argentina.

Echeverría R. La empresa emergente.

Echeverría R. La ontología del lenguaje.

Ericksen Gregory k. Emprendedores en la red. Deusto

Fernández Cirellia. El emprendedor tecnológico. EUDEBA



Fernandez P. y G. Noussan, Finanzas.

Fisher, Laura y Navarro, Alma. Introducción a la investigación de mercados. Ed. Mc. Graw Hill.*

Flores Fernando. El espíritu emprendedor.

Freire Andy. Pasión por Emprender. Aguilar.

Gilli J.J. Diseño y Efectividad Organizacional

Godin Seth, ¿Todos los comerciales son mentirosos? Goleman D. Primal Leadership

Hamel y Prahalad. Compitiendo por el futuro.

Harvard Business Review. La iniciativa emprendedora. Deusto

Hiam Alexander Watson. Guía del emprendedor. Prentice-Hall

Hisrich Robert D. Entrepreneurship Emprendedores. McGraw-Hill

Hope Jeremy. Competir en la tercera ola. Gestion2000

Ibarra Valdes David. La organización emprendedora. Limusa.

Katzenbach y Smith, The wisdom of teams

La cátedra aportará material propio, en muchos casos traducido del inglés (papers y artículos).

Naisbitt, J t Aburdene, P (1990) Megatendencias 2000 Norma

Oficina Internacional del Trabajo (OIT). Lo que todo pequeño empresario debe saber. Ed. Alfa-Omega.

Oriol, Amat. Emprender con Éxito. Gestion2000

Perez Lopez J.A. Teoría de la Acción Humana en las Organizaciones. Peters Tom. Re- Imagina!. Pearson Educación

Peters Tom. El proyecto 50. Atlántida

PINE, JOSEPH B.. La economía de la experiencia

Price Courtney. Tips y trampas para emprendedores. McGraw-Hill

Saint-Exupéry A., El principito.

Saporosi Gerardo. Pasión entrepreneur. Macchi

Senge, Peter, La 5ta Disciplina

Solomon G y Whiting B (1998) Essential Elements to Business Success, The Creative Education Foundation.

Stan Rapp. El nuevo rumbo del marketing.

Steiner, George. Planeación Estratégica.

Tichy N. Líderes en Acción

Toffler, A (1983) La Tercera Ola. Plaza & Janes Editores, S.A.

Bibliografía ampliatoria

GÓMEZ GRAS, J.M. (1997): Estrategia para la competitividad de las PYMES. Especial referencia al proceso de creación de empresa. McGraw-Hill.

HALLORAN, J.W. (1996): Curso McGraw-hill de creación de empresas. McGraw-Hill.

LÓPEZ AMO, A. (1996): Guía para crear tu empresa. Espasa Calpe.

LUDEVID, M. Y OLLÉ, M. (1994): Como crear su propia empresa.

Marcombo. CORRALES, J. (1991): La gestión creativa.

MARÍN, R. Y DE LA TORRE, S. (1991): Manual de la creatividad. Vicens Vives.

... (1994): La creatividad. CEAC

NUENO, P. (1994): Empendiendo. Ed. Deusto.

OLLÉ, M. Y PLANELLAS, M. (1997): El plan de empresa. Marcombo.

FEINMANN J. P. La filosofía y el barro de la historia.



Videografía

1. Apollo 13
2. Apóyate en mi, película.
3. Cambio de hábito, película.
4. Con ganas de triunfar, película.
5. Ejercicios para desarrollar habilidades de liderazgo (17')
6. El innovador (6')
7. El poder de una visión (30')
8. La toma de riesgos y Usted (23')
9. Mente indomable, película.
10. Mi automotivación (18')
11. Milenio: Cápsulas de liderazgo para el siglo XXI (15')
12. Paradigmas (38')
13. Rompiendo la barrera de la Actitud (33')
14. Rudy, película.
15. Sin miedo a la vida, película.
16. Un líder (11')
17. Valores y Metas: una manera de lograrlo (28')
38. Elevator pitch
40. Usen protector solar
41. La última lección de Randy Pausch
42. Vayamos al encuentro
45. Hilar puntos para atrás Steve Jobs
46. El circo de las mariposas
47. La Caja
48. Animarse a fallar
49. Fracasar=Vivir
50. No temas a los retos!
51. Mensaje alentador
52. Richard St. John: 8 secretos del éxito
53. La fuerza de un sueño
54. Y lo más importante, se feliz!
55. Parodia: Innovación corporativa
56. Entrenarse
57. Conviértete en leyenda
58. Optimismo
59. Desarrollo del espíritu emprendedor
60. Pensar diferente
61. Slumdog Millonaire



62. La Sociedad de los Poetas Muertos
63. La ola.
64. Avatar.
65. Matrix.
66. Ratatouille
67. Resistencia.
68. Una mente brillante
69. Big Fish
70. En busca de la felicidad.
71. Rocky VI
72. El origen
73. Las trampas del deseo - Dan Ariely
74. La historia de las cosas
75. De donde nacen las ideas?
76. Crear desde lo dado | 2
77. Carrusel
78. Lecciones de liderazgo
79. Seth Godin y las tribus que lideramos
80. Tiempos Modernos
81. Up in the air.
82. Red Social.
83. Leones por cordero.
84. ¿Matan las escuelas la creatividad? Ken Robinson | 2
85. Elevator pitch
86. ¿ Sabias?
87. Pink Floyd – The Wall
88. Eduquemos a los niños a ser emprendedores
89. Cómo escalar la montaña en la Sociedad del Conocimiento
90. Revolución Media
91. El futuro de internet
92. Los emprendedores pueden cambiar al mundo
93. Algunas cosas nunca van a cambiar
94. Predicciones de la tecnología en el 2020
95. Web 2.0, la fuerza somos nosotros



4. Estrategias metodológicas

Métodos de Conducción del aprendizaje

Las actividades pedagógicas responderán a los siguientes criterios:

- participación activa de los alumnos,
- trabajo en equipo,
- énfasis en el planteamiento y la resolución de problemas,
- uso intensivo de tecnologías informáticas y de comunicación,
- elaboración de ensayos, trabajos monográficos y otros medios que desarrollen la capacidad analítica y de argumentación,
- realización de simulaciones y juegos de empresas.

Se procurará desde el inicio la utilización de las nuevas Tecnologías de la Información y la Comunicación (TIC) como medio de trabajo y comunicación. La disponibilidad de acceso a este medio será un requisito para el alumno, considerando la posibilidad de realizar actividades tendientes a la inclusión de los participantes en la nueva lógica virtual.

Por medio de esta orientación, el docente deja de ser la Fuente del saber y se convierte en un facilitador del proceso de aprendizaje, al mismo tiempo que atiende sus dudas y necesidades, combinando las distintas estrategias de enseñanza: debates, foros, simulaciones, role playing, talleres, exposición, coloquios, entrevistas, simulaciones, estudio de casos, tutoría a cargo de expertos y entre pares, trabajos prácticos.

Se aplicarán metodologías variadas, coherentes con el reconocimiento de los diferentes estilos de aprendizaje de los alumnos.

1) Ciclo metacognitivo: en cada unidad, clase y tema, mediante la estrategia WIIFM que permite que el alumno se conecte intensamente con el tema a aprender. Esta estrategia implica el uso de autoevaluaciones permanentes.

2) Métodos: Modelado de actitudes emprendedoras. Tiene gran peso en el plan la metodología de modelado de actitudes emprendedoras, para lo cual se realizarán las siguientes acciones.

a) Entrevistas del grupo de alumnos a emprendedores seleccionados (tanto en el aula como en el emprendimiento al cual se visitará)

b) Estudio de videos conteniendo reportajes a emprendedores, especialmente diseñados por la cátedra.

c) Consultas de los alumnos a los emprendedores expertos, que actuarían a modo de tutores externos para supervisar ideas.

Los emprendedores expertos se tomarán de una lista propuesta por la cátedra y otras personas consultadas, dentro de la Universidad y fuera de ella, en base a los siguientes criterios:



1. Categorías: se buscará un equilibrio entre emprendedores desarrollados, maduros, otros de mediano desarrollo y otros incipientes, de modo de completar el ciclo cognitivo de todo el proceso.
2. Se seleccionarán dándole preeminencia a los emprendedores de base tecnológica, preferentemente vinculados con la Universidad.
3. Se buscará un equilibrio regional, tomando emprendedores relevantes de distintas zonas de influencia, de nuestro país y de la región.



4. La tipología de emprendimiento sobre la que se enfocará el esfuerzo de modelado es la empresa familiar, innovadora, posicionada sobre todo en las ramas de la industria y los servicios conexos.
5. Se complementará este trabajo con el estudio de casos internacionales, actuales e históricos.

3) Métodos de aprendizaje que el emprendedor puede aplicar en su tarea productiva, provenientes del campo del aprendizaje holístico.

4) Se alienta el autoconocimiento y el autoanálisis de las propias habilidades, a través de un testeo activo y permanente.

5) Orden de los contenidos: Los contenidos han sido organizados por unidades con temas semanales que culminan cada uno con un trabajo práctico que el alumno debe realizar entre semanas. Cuando el alumno comienza el estudio del Plan de Negocios, las evaluaciones son constituidas por las iteraciones del propio plan de negocios.

6) Se emplean profusamente medios audiovisuales (videos de reportajes filmados, power points). Se proveen medios auditivos tales como charlas y debates. La adquisición kinestésica está garantizada por el "hacer" permanente, desde maquetas hasta visitas e investigaciones del mundo real.

a) Modalidad de agrupamientos (pequeños grupos fijos o flexibles, grupo grande, alumnos de diferentes comisiones, niveles o carreras, otras):

Se trabaja con una comisión fija, que realiza en diferentes etapas:

- Trabajos individuales: informes, monografías, exposiciones, trabajos prácticos, Plan de Negocios
- Trabajos en pequeños grupos: informes, monografías, trabajos prácticos, exposiciones, maquetas.

c) Consultas: modalidad, tiempo, etapa del proceso en que se realizan:

- Se dispondrá de un foro por internet para consulta permanente. Se prevén clases de consulta intercaladas en el plan de trabajo y en cada comienzo de clases hay un tiempo destinado a consultas breves.

Organización de espacios dentro y fuera del ámbito universitario (aulas, talleres, laboratorios, visitas, empresas, otros):



- Las clases se desarrollarán en un aula con disponibilidad de recursos técnicos visuales para exhibir power point y / o videos y grabaciones.

Se prevén visitas de emprendedores para ofrecer seminarios, reportajes, etc., para observar el funcionamiento de los emprendimientos y el ámbito social de inserción del emprendedor.

Algunas visitas serán propuestas por la cátedra (emprendedores de relieve regional, y otros que por ser ingenieros o estudiantes, y por su característica de emprendedores exitosos, nos interesan especialmente). Otras serán propuestas por los propios alumnos o sugeridas por otros actores del ámbito institucional.

Materiales curriculares (recursos): revistas, publicaciones, apuntes, textos, software, videos, internet, equipamiento didáctico, otros.

- Apuntes elaborados con formato de cuadernillos, conteniendo los ejercicios, técnicas y algunos artículos breves orientativos.
- Sitio en internet para subir materiales y que funciona como foro para consultas.



Los materiales incluidos como bibliografía básica, estarán disponibles en biblioteca, así como artículos y papers aconsejados (algunos de ellos traducidos del inglés). También se incorporarán las presentaciones que se utilizan en clase y los apuntes.

Formación práctica:

Consignar la carga horaria total dedicada a la formación práctica vinculada a los cuatro grupos que se indican a continuación:

a) Formación experimental:

Ámbito de realización:

Disponibilidad de infraestructura y equipamiento: Actividades a desarrollar:

Tiempo (carga horaria, período que abarca):

Evaluación (de seguimiento y final):

b) Resolución de problemas:

Ámbito de realización:

Actividades a desarrollar:

Tiempo (carga horaria, período que abarca):

Evaluación (de seguimiento y final):

c) Actividades de proyecto y diseño:

Ámbito de realización: Aula y particular del alumno.

Actividades a desarrollar: Diseño, seguimiento y enriquecimiento progresivo del Plan de Negocios, hasta culminar en la etapa de lanzamiento (incubación)

Tiempo (carga horaria, período que abarca): Las actividades prácticas están insertas de modo interactivo con las teóricas, estimándose que la práctica insume el 75% del tiempo de trabajo del alumno. Se construye un ciclo teoría – práctica – teoría.

Evaluación (de seguimiento y final): se evalúan los aspectos formales y la prefactibilidad del Plan de Negocios como evaluación final de la cátedra.

d) Práctica profesional supervisada:

Ámbito de realización:

Actividades a desarrollar:

Tiempo (carga horaria, período que abarca):

Evaluación (de seguimiento y final):



5. MÉTODOS DE EVALUACIÓN

Para cursos Regulares Presenciales o virtuales

Se tomarán al menos dos exámenes parciales teórico prácticos pudiendo el alumno acceder a un recuperatorio.

La nota del examen recuperatorio reemplaza la nota del parcial recuperado.

Los exámenes podrán ser escritos u orales y las preguntas o contenido del examen se presentan al alumno según el formulario de examen previsto por Resolución del Consejo Directivo vigente.

La nota final se obtiene a partir de promediar las evaluaciones parciales y éstas representan la totalidad de la calificación.

En todos los casos, el método de evaluación se ajustará a las Normas de Evaluación vigentes en la Facultad de Ciencias Económicas.

Para Alumnos Libres

Se tomarán los puntos fijados en el programa.

Los exámenes podrán ser escritos u orales y las preguntas o contenido del examen se presentan al alumno según el formulario de examen previsto por Resolución del Consejo Directivo vigente.

En todos los casos, el método de evaluación se ajustará a las Normas de Evaluación vigentes en la Facultad de Ciencias Económicas.