

**Programa:
Iniciación Empresarial**

Objetivo General: Fomentar en los estudiantes el espíritu emprendedor, proporcionándoles las herramientas de conocimientos básicos necesarios para que puedan desarrollar una idea de negocio y llevarla a la práctica a través del desarrollo de un producto y/o servicio. Proporcionar al estudiante la visión del hombre como: un ser social y negociante desde el momento de su nacimiento y durante su permanencia en diversas organizaciones.

Objetivos Específicos:

- Analizar las semejanzas que pueden existir entre la formación de un ser humano y la de una empresa.
- Analizar los factores que influyen en el comportamiento de una persona en forma individual, y como parte de diversas organizaciones: familia, empresas, sociedad en general.
- Analizar el concepto de empresas y su similitud con el funcionamiento y los valores encontrados dentro de una familia.
- Analizar con los estudiantes la importancia de los hogares productivos.
- Dar a conocer a los estudiantes elementos básicos que han influido en la formación de la cultura del trabajo.
- Dar una visión práctica y positiva del autoempleo, considerando a este como una alternativa dentro del campo laboral
- Lograr que los estudiantes comprendan el significado del término emprender y emprendedor.
- Explicar los factores que influyen en la cultura de un emprendedor.
- Lograr que los estudiantes puedan identificar en su personalidad, cuales podrían ser características o limitaciones a la hora de autoevaluarse como un emprendedor,
- Explicar con una visión amplia y práctica, las barreras a las cuales se enfrenta un emprendedor
- Evaluar junto con los estudiantes, la creatividad como una herramienta de gran importancia en el proceso de emprendimiento.
- Lograr que los estudiantes mediante foros o invitados especiales se pongan en contacto directo con emprendedores y sus experiencias a lo largo de su trayectoria.
- Que los estudiantes comprendan la importancia de equipos de trabajo y de algunas situaciones que puedan presentarse en ellos.
- Dar a conocer el concepto de liderazgo y algunas de las teorías al respecto.
- Que los estudiantes comiencen a conformarse equipos de trabajo.
- Dar a conocer la importancia de la creatividad a la hora de desarrollar un producto y/o Servicio.
- Presentar a los estudiantes un concepto integral de producto y de servicios, de manera que puedan establecer las diferencias.
- Lograr que los estudiantes comiencen a motivarse con posibles ideas de negocio relacionadas con productos y/o servicios que puedan desarrollar, tomando en cuenta sus áreas de conocimientos, habilidades y destrezas.
- Identificar las características de una idea de negocio

Certificación	Sello
Secretaria General	

- Explicar y analizar junto con los estudiantes los aspectos necesario para la selección de ideas de negocio
- Dar a conocer a la Planificación estratégica como una de las herramientas en la selección de ideas de negocio.
- Lograr que los estudiantes, trabajando en equipos, libremente conformados, comiencen a generar y a evaluar ideas de negocio.
- Lograr que los estudiantes reunidos en equipos evalúen la factibilidad de la(s) idea(s) negocio previamente seleccionada(s).
- Que los equipos comiencen a trabajar en el producto o servicio que finalmente seleccionaron, con miras a que puedan experimentar con la práctica, la conveniencia o no del mismo.
- Asesorar a los estudiantes en cuanto a las especificaciones técnicas del desarrollo del producto o del servicio.
- Que los estudiantes realicen presentaciones por equipos, a fin de ir realizando las correcciones y sugerencias por parte docentes y/o los equipos restantes; incluso con la posibilidad de comercializarlo en su mercado más cercano, generando así sus propios ingresos.
- Dar a conocer a los estudiantes los principios básicos de la mercadotecnia, estableciendo las diferencias entre ventas y mercadotecnia
- Dar a conocer a los estudiantes la evolución de la mercadotecnia en Venezuela y el mundo.
- Lograr que los estudiantes, reunidos en equipos, pongan en práctica los conocimientos adquiridos en mercadotecnia en el desarrollo de producto y/o servicio.
- Explicar el significado de la mezcla de la Mercadotecnia.
- Asesorar a los equipos de trabajo en el desarrollo de la presentación final del producto y/o servicio
- Que los estudiantes puedan diferenciar los tipos de empresas que existen
- Identificar las diversas formas jurídicas que pueden tener las empresas
- Que los estudiantes comprendan los beneficios que ofrece la constitución legal de una empresa.
- Dar a conocer a los estudiantes la importancia de la elaboración del Plan de negocio, como una herramienta de gran utilidad en el desarrollo de un proyecto de empresa.
- Proporcionar a los estudiantes conceptos básicos de contabilidad y economía, que les permita comprender más fácilmente la necesidad de hacer una evaluación financiera y económica a la hora de iniciar una empresa.

Programa Sintético:

Lapso I (Valor 35%)

Unidad 1: El Hombre y la empresa

Unidad 2: La cultura del Trabajo

Unidad 3: Cultura del emprendedor

Unidad 4: Los equipos de trabajos en el desarrollo de proyectos

Lapso II (Valor 35%)

Unidad 5: El producto y /o servicio

Unidad 6: La idea de negocio

Unidad 7: Desarrollo de la Idea de Negocio.

Certificación	Sello
Secretaria General	

Lapso III (Valor 30%)

Unidad 8: Principios básicos de la mercadotecnia

Unidad 9: La empresa

Programa Analítico:

Lapso I

Unidad 1: El Hombre y la empresa

1. Aspectos que influyen en la formación y el comportamiento de un individuo
2. Análisis del hombre como ser social:
 - Relación Hombre – Sociedad
 - Relación Hombre – Familia y sus orígenes
 - Relación Hombre – Empresa
3. Concepto de empresa: de servicio, procesadora, empresas familiares.
4. Estructura y funcionamiento de la familia, vistas y comparadas con el concepto de desarrollo de una empresa.
5. Hogares Productivos: concepto, origen y evolución en las familias venezolanas, (mediante actividades agrícolas, artesanales, entre otras).
6. Factores que influyen en la cultura de hogares productivos

Unidad 2: La cultura del Trabajo

1. Visión de la Cultura de trabajo
 - Aspectos culturales
 - Aspectos Psico-sociales
 - Aspectos Sociológicos
2. Valores y antivalores relacionados con el trabajo.
3. Autoempleo: concepto, visión practica, ventajas e implicaciones relacionadas con este.
4. Mitos acerca del trabajo independiente.
5. La creatividad como herramientas indispensable en el campo laboral

Unidad 3: Cultura del emprendedor

1. Emprendedor: concepto y origen
2. Características más comunes presentes en la cultura de un emprendedor.
3. La creatividad-innovación como herramienta de un emprendedor
4. Barreras sociales, económicas, culturales, a las que se podría enfrentar un emprendedor.
5. Valores y principios en la formación de un emprendedor integral. (ética, solidaridad, honestidad, compañerismo, cooperación, sensibilidad social)
6. Aspectos que influyen en el comportamiento de un emprendedor
 - Culturales
 - Psicológicos
 - Sociales
 - Otros

Unidad 4: Los equipos de trabajos en el desarrollo de proyectos

1. Equipos de trabajo: concepto. Importancia.
2. Valores y antivalores presentes en los equipos de trabajos: Confianza, honestidad, constancia, lealtad, solidaridad, cooperación, tolerancia, responsabilidad, gratitud.
3. Conflictos. Implicaciones.
4. Importancia de la comunicación y la motivación en los equipos de trabajo.

Certificación	Sello
Secretaria General	

5. Importancia de la armonía de los equipos de trabajo en el desarrollo de proyectos y emprendimientos de empresas.
6. Liderazgo: Conceptos, teorías y estilos de liderazgo.

Lapso II

Unidad 5: El producto y /o servicio

1. Conceptos Básicos de Producto y Servicio en el área de la alimentación.
2. Innovación y mejoramiento en el desarrollo de productos y/o Servicios
3. Importancia de la creatividad y del estudio de las necesidades en la creación o mejoramiento de productos o servicios.
4. Importancia del concepto: Calidad, en el desarrollo de productos y servicios.
5. Aspectos objetivos y subjetivos que son tomados en cuenta por los posibles clientes a la hora de elegir un producto o un servicio existente en el mercado.

Unidad 6: La idea de negocio

1. Concepto de ideas de negocio
2. Fuentes de ideas de negocio
3. Aspectos a considerar en las selección de ideas de negocio: La planificación estratégica en la selección de ideas de negocio

Unidad 7: Desarrollo de la Idea de Negocio.

Lapso III

Unidad 8: Principios básicos de la mercadotecnia

1. Evolución de la mercadotecnia (en Venezuela), e influencia de la Globalización en dicha evolución.
2. Conceptos y herramientas básicas de la mercadotecnia.
 - Segmentación del mercado.
 - Mercado meta.
3. Comparación entre ventas y mercadotecnia: Miopía de la Mercadotecnia
4. Aplicación de la mercadotecnia como herramienta del crecimiento de muchas empresas.
5. Mezcla de la mercadotecnia:
 - Producto y/o servicio- Cliente y sus necesidades
 - Etapas del desarrollo de un producto.
 - Diseño del producto o del servicio, de la marca y empaque.
 - Niveles de un producto y/o servicio. Valor agregado.
 - Precio - Costo: factores que influyen en la fijación de precios: costo, competencia, mercado, demanda.
 - Plaza (Canales de distribución del producto) - Conveniencia
 - Promoción- Comunicación
 - Conceptos Básicos de:
 - Publicidad: Slogan
 - Promoción
 - Propaganda.

Unidad 9: La empresa

1. Conceptos y clasificación de empresas
2. Importancia de la creación de pequeñas empresas en el desarrollo de un país
3. Diferentes formas jurídicas de empresas
4. Aspectos legales para la creación de una empresa

Certificación	Sello
Secretaria General	

5. Concepto del plan de negocio, importancia. Objetivos.
6. Diseño y estructura del plan de negocio
7. Análisis financiero: concepto e importancia
8. Proceso Administrativo en las empresas: Algunas técnicas de gestión administrativa.
9. Nociones y conceptos básicos de:
 - Activos, pasivos, capital, gastos, ingresos, costos, inversión, Capital de trabajo
 - Estados Financieros, concepto, importancia: Balance general, estado de ganancias y pérdidas, entre otros
 - Financiamiento: intereses, tasa de interés
 - Ingresos y egresos
 - Punto de equilibrio (herramientas y criterios para la toma de decisiones).

Estrategias metodológicas.

Las estrategias metodológicas estarán dadas de acuerdo a las actividades que se vayan a realizar en función de la consecución de los objetivos planteados, estas estarán enmarcadas en las siguientes:

- Clases impartidas por el docente, con la participación activa de los estudiantes, mediante investigaciones del tema, previamente asignadas.
- Talleres y dinámicas de grupo, dirigidos por el docente.
- Debates y discusiones de temas de interés relacionados con la unidad, dirigidos por el docente, y con la participación activa y búsqueda previa de información por parte de los estudiantes.
- Orientación a los estudiantes en cuanto a consultas de fuentes bibliográficas, hemerográficas, entre otras, relacionados directa o indirectamente con los temas tratados durante la unidad curricular.
- Construcción de esquemas de conclusiones por parte del docente junto con los estudiantes, luego de terminar cada una de las unidades, las cuales pueden servir como material teórico-práctico de estudio, así como también para futuros trabajos y actividades.
- Participación activa de los estudiantes en investigaciones llevadas cabo por la universidad, como parte de su formación académica.
- Foros o charlas testimoniales de empresarios preferiblemente relacionados con el área del Diseño, traídos al aula como invitados especiales, con la finalidad de que, a través de sus experiencias se puedan deducir junto a los estudiantes reflexiones y conclusiones que sean de gran utilidad para los participantes.

Asesorías a los estudiantes con respecto a los contenidos de los temas impartidos, especialmente en el desarrollo de la idea del producto y/o servicio que decidan llevar a cabo.

Bibliografía:

- ALCARAZ, R. El Emprendedor de éxito. Editorial Mc Graw Hill. 2da edición. México 2001.
- BACA G., Evaluación de proyectos. Editorial Mc Graw Hill. 4ta edición. México 2001
- CAMPOS Laura y col., Emprendedores para el desarrollo social. Editorial Trillas. México 2000
- COONRADT C.: El Trabajo como deporte. Editorial Trillas, México 2000

Certificación	Sello
Secretaria General	

- FREENMATLE D: Lo que le gusta a los clientes de su marca. Editorial Deusto. Barcelona, España, 1998.
- FUNDACIÓN SIVENSA. La cultura del trabajo. Caracas 1994.
- GÓMEZ F. Mercadotecnia en Venezuela. Ediciones Frigor. Caracas 1993
- HARRINGTON, J y col.: Herramientas para la creatividad. Editorial Mc Graw Hill. Colombia 2000.
- ILDIS Instituto Latinoamericano de Investigaciones Sociales: Gerencia para pequeñas y medianas empresas. Caracas 1997
- KOONTZ, H: Administración una perspectiva global. Tercera edición, Editorial Mc Graw Hill. México 1994
- KOTLER, P.: Fundamentos de la Mercadotecnia. Editorial Prentice-Hall. México 1998
- LONDOÑO, C. Y col.: Curso básico de administración. Editorial Norma. España 1991.
- PARQUE TECNOLÓGICO DE BARQUISIMETO: Taller Formación empresarial. Barquisimeto, Estado Lara 2002.
- SCHNARCH A. Nuevo Producto. Editorial Mc-Graw Hill. Tercera edición Bogotá Colombia 2001.
- VALDES R, JOAQUIN. Administración, un enfoque multidisciplinario. Editorial Pearson Educación. México 2000.
- ZAID, G; Hacen falta empresarios creadores de empresarios. Editorial Océano. México 1995

Certificación	Sello
Secretaria General	