



UNIVERSIDAD NACIONAL EXPERIMENTAL DEL TACHIRA
VICERECTORADO ACADÉMICO
DEPARTAMENTO DE INGENIERÍA INFORMÁTICA

PROGRAMA: FORMACIÓN DE EMPRENDEDORES

				Especialidad: Agronomía			
Código	Nombre de la Asignatura	Estrategias Metodológicas	Unidades Crédito	Densidad Horaria		Pre-requisito	
				H.T.	H.P.		T. hrs/sem.
8210	Formación de Emprendedores	Ver anexo	2	0	4	4	100 U.C.

1. FUNDAMENTACIÓN

En los momentos que vive Venezuela, se ha convertido en una prioridad unir esfuerzos para impulsar la economía del país. La que solía ser nuestra principal fuente de ingresos, la actividad petrolera, ha sufrido fuertes reveses y, paralelamente con el empobrecimiento del Estado, el nivel de vida del venezolano ha decaído de forma impresionante en los últimos quince años.

De forma contraria a lo que estamos acostumbrados a creer en Venezuela, la economía de un país no se construye únicamente a través de grandes empresas que empleen importantes cantidades de mano de obra. Por el contrario, mucho de los países más desarrollados han levantado su economía gracias a la magistral coordinación de innumerables grupos de microempresas, en manos de no menos hábiles gerentes que los que podemos encontrar en las grandes corporaciones.

Venezuela cuenta con todos los recursos necesarios para salir victoriosa de la crisis en que se encuentra actualmente: recursos naturales, condiciones climáticas favorables, pero lo más importante, su gente, nuestro recurso más valiosos. Gente trabajadora y con tesón que hoy más que nunca aspiran un futuro más promisorio: gente preparada que conoce su oficio y lo hace con amor y dedicación.

A pesar de esto, los buenos deseos y la buena voluntad no son siempre suficientes. El mero conocimiento de un oficio no garantiza el éxito al momento de emprender una actividad empresarial, debemos entrenarnos en el “arte de ser Empresarios”. Muchos son los que tienen una buena idea pero pocos los que la llevan a cabo.

Nuestras universidades han sido un excelente lecho de conocimientos. Nos han enseñado la esencia de nuestros oficios. Sin embargo, muchos de nosotros hemos tejido en nuestros años de estudio sueños que se han deshecho con facilidad cuando nos encontramos frente a la cruda realidad. El desempleo se ha convertido en uno de nuestros principales verdugos. ¿Qué ha hecho falta entonces?, ¿Qué hizo falta nos enseñaran para salir victoriosos sin las muletas que las grandes corporaciones nos puedan prestar? La respuesta es sencilla: tenemos los conocimientos pero no sabemos cómo aplicarlos exitosamente en el mundo real. Los sueños que una vez tejimos se nos van haciendo grandes e inalcanzables por nos atemorizamos al sentir que no tenemos las herramientas para enfrentar los problemas que se nos pudieran presentar. Nos conformamos y terminamos diciéndonos a nosotros mismos a manera de justificación y consuelo cuán difícil es tener éxito hoy en día en una empresa propia y lo sensato que es buscar un empleo “seguro”. **¡Así no se construye el país que todos queremos!** Es necesario reflexionar sobre esto. Es necesario brindarle a los estudiantes algo más que el conocimiento: las armas que los hagan sentir PODEROSOS para enfrentar los retos que el día a día pudieran traer, porque de hecho los habrá, pero ¿no se trata de eso al fin y al cabo, de enfrentar los retos y salir victoriosos?

Todos estamos comprometidos a esta lucha, nuestro futuro y el de los nuestros está en juego. Es el momento de cambiar nuestra mentalidad. ¿Para quién trabajemos de ahora en adelante? Queda de nosotros la decisión, cualquiera que esta sea es respetable aunque no conduce al mismo lugar, entonces preguntémonos ¿hacia dónde queremos ir?

2. OBJETIVOS

1. Estimular la creatividad en el alumno a través de actividades que le permitan expresar, plasmar, visualizar y por último poner en práctica actividades producto de su imaginación.
2. Fomentar y afianzar las *“Características de Empresario Emprendedor (E.E.)”* en el alumno, a través de actividades prácticas vivenciales que le permitan, realmente, asimilar aquellas conductas que no le eran propias y afianzar aquellas otras que en el pasado habían resultado útiles.
3. Brindar las herramientas necesarias para desarrollar un *“Plan de Negocios”* que ofrezca al alumno la posibilidad de tener una visión y misión claras del negocio que piensa emprender: factibilidad, recursos necesarios y los medios para alcanzarlos, mercado, comercialización, competencia, financiamiento, etc., todos ellos factores claves para el éxito de una empresa.
4. Crear las bases para un Centro de Desarrollo Empresarial dentro de la Universidad que permita brindar el seguimiento y apoyo técnico y gerencial necesario, a las empresas que se vayan formando, para garantizar un mayor margen de éxito.

3. DESCRIPCIÓN SINÓPTICA DE LA ASIGNATURA

3.1. ESQUEMA DEL CONTENIDO

Módulo #1: Perfil actual y futuro del participante y Generación de Ideas de Negocio.

Modulo #2: Características del Comportamiento Emprendedor

Unidad #1: Conjunto del Alcance de las metas

- Aprovecha Oportunidades.
- Asume riesgos en forma prudente.
- Posee altos estándares de eficiencia y calidad.
- No se detiene ante la adversidad.
- Responsabilidad.

Unidad #2: Conjunto de Planificación

- Investiga y recolecta información.
- Establece metas.
- Planifica sus actividades.

Unidad #3: Conjunto de la Capacidad y Autoconfianza

- Persuasión e influencia.
- Confianza en sí mismo.

Módulo #3: Plan de Negocio y Proyecto de Empresa

Unidad #1: La Idea.

Unidad #2: Descripción del Producto o Servicio.

Unidad #3: Análisis de Mercado.

Unidad #4: Estudio Técnico.

Unidad #5: Análisis Financiero.

Unidad #6: Evaluación.

Módulo #4: Fichas de Logros

Unidad #1: Conjunto de Alcance de las metas.

Unidad #2: Conjunto de la Planificación.

Unidad #3: Conjunto de la Capacidad y Autoconfianza.

Modulo #5: ¿Cómo hacer una presentación?

MÓDULO #1: PERFIL ACTUAL Y FUTURO DEL PARTICIPANTE Y GENERACIÓN DE IDEAS DE NEGOCIO
(Colaboración Lic. Gaudis Durán)

Objetivo General del Módulo:

- Estimular al estudiante para que tome conciencia de si mismo, de su naturaleza, de sus recursos y potencialidades, de sus responsabilidades como ser social. De manera que comience a reflexionar sobre su vida futura, planes, propósitos, necesidad de asumir riesgo y la importancia de tomar sus propias decisiones, en beneficio personal, familiar, profesional y social.

Objetivos Específicos:

- Que el alumno se plantee interrogantes sobre quién es, sus metas, aspiraciones, cualidades, limitaciones, que actividades le gustaría desempeñar al graduarse, y se visualice en el tiempo (cinco, diez y veinte años).
- Que el alumno descubra a través de un test sobre las características del comportamiento emprendedor (CCE), cuáles de éstas necesita reforzar y se plantee metas a alcanzar durante la duración del curso (Cómo puede mejorar estas características).
- Que el alumno genere, a través de una dinámica grupal, varias ideas de negocio, para luego seleccionar la que más se adapte a sus expectativas.

Unidad I. Autodefinition

OBJETIVOS ESPECÍFICOS	CONTENIDOS	ESTRATEGIAS METODOLOGICAS
• Resaltar la importancia del holismo del ser humano	• Introducción sobre la naturaleza físico psíquico-social del ser humano. • La Autodefinition. • El Aprecio. • El Pasado: la no conciencia, la culpabilidad, la no experiencia.	• Exposición del profesor. • El estudiante expresa en una frase su filosofía de la vida. • El estudiante hace una descripción de su YO. • Meditación experiencial sobre El Aprecio. • El estudiante hace un gráfico sobre los niveles de energía que tuvieron sus eventos del pasado. • Meditación reflexiva de toma de conciencia de las experiencias vividas: el rescate del aprendizaje y el perdón de las equivocaciones.

Unidad II. Ubicación

OBJETIVOS ESPECÍFICOS	CONTENIDOS	ESTRATEGIAS METODOLOGICAS
• Revisar experiencias de aprendizaje que le permiten centrarse en el aquí y el ahora de los contextos en que vive para proyectarse con mayor seguridad hacia el futuro.	• El Futuro: la imaginación, las programaciones, propósitos, metas, posibilidades o probabilidades. • Los Contextos: variables de contexto para la satisfacción de necesidades. Los diferentes contextos: individual, de pareja, familiar, organizacional.	• Gráfico de los niveles de energía que el estudiante se propone para cumplir sus propósitos futuros. • Meditación sobre la importancia de vivir la vida, planificar y proponerse metas. • Ejercicio de los estudiantes sombreando un círculo donde se indican escalas de los diferentes niveles de energía que el estudiante da a cada variable para la satisfacción de las necesidades. • Meditación sobre la transición que el estudiante hace por sus diferentes contextos en un día de rutina normal.

Unidad III. Potencialidades

OBJETIVOS ESPECÍFICOS	CONTENIDOS	ESTRATEGIAS METODOLOGICAS
• Conocer el funcionamiento de la estructura cerebral a fin de que el estudiante tome conciencia de las posibilidades de desarrollo de la inteligencia asociativa y creativa, mediante el proceso de conexiones libre del hemisferio derecho.	• Introducción a las tres estructuras del cerebro humano (Límbico, Neocortical y Reptil) y sus potencialidades expresadas mediante la teoría de las Inteligencias Múltiples.	• Presentación descriptiva de las tres estructuras cerebrales y el modelo de las inteligencia múltiples. • Cerebro Neocortical: • Hemisferio Izquierdo: Ejercicio de la Inteligencia Racional. • Hemisferio Derecho: Ejercicio del visualización del futuro profesional. • Cerebro Emocional: Ejercicio del manejo de las emociones. • Cerebro Básico: Ejercicio del perfil de energía en las rutinas y cambios.

Unidad IV. Generación de Ideas y Creatividad

OBJETIVOS ESPECÍFICOS	CONTENIDOS	ESTRATEGIAS METODOLOGICAS
• Que el alumno aprenda a generar ideas innovadoras y soluciones a partir de ciertas pautas o parámetros.	• 4 preguntas básicas para evaluar una idea de negocio. • ¿Hay mercado para ese producto o servicio? • ¿Se puede producir con los recursos existentes? • ¿Quiero desarrollar este negocio, me gusta? • ¿Generará utilidad? • Miniplan de Negocio. • Nombre de la Empresa. • Metas de la Empresa. • Materia prima, proveedores y precio de costo. • Descripción del producto o servicio. • Precio de Venta y comercialización. • Clientes. • Competencia. • Personal clave. • Proyección de ventas y de gastos.	• Tormenta de ideas del grupo sobre: 1. Dado un elemento sugerir 20 usos prácticos que se le podría dar a dicho elemento. 2. Aportar 15 soluciones a problemas de la comunidad, necesidades insatisfechas y recursos aprovechados. • De forma individual o en grupo: 1. Escribir 10 ideas de negocio que le gustaría desarrollar durante el semestre. 2. Analizar las 10 según los parámetros de selección y escoger las 3 mejores ideas de negocio. 3. Hacer un Mini Plan de Negocios para las 3 seleccionadas y luego en base a este análisis escoger la opción más factible de desarrollar.

MÓDULO #2: CARACTERÍSTICAS DE COMPORTAMIENTO EMPRENDEDOR

Objetivo del módulo: Que el alumno conozca y desarrolle las 10 Características de Comportamiento Emprendedor.

Unidad I. Conjunto del Alcance de las Metas
--

OBJETIVOS ESPECÍFICOS	CONTENIDOS	ESTRATEGIAS METODOLOGICAS
Que el alumno conozca y desarrolle las características asociadas al Logro de sus objetivos.	<i>Aprovecha Oportunidades.</i> Comportamientos característicos: – Actúa por iniciativa propia. – Innova en su negocio a través de nuevas ideas, productos o servicios. – Aprovecha oportunidades poco comunes para conseguir sus objetivos. <i>Asume riesgos en forma prudente.</i> Comportamientos característicos: – Evalúa los posibles riegos y posibilidades. – Actúa para reducir los posibles riegos y lograr los resultados deseados. – Le gustan los retos moderados. <i>Posee altos estándares de eficiencia y Calidad.</i> Comportamientos característicos: – Busca hacer sus actividades con la menor cantidad de recursos manteniendo altos niveles de calidad.	- Taller de Creatividad y Generación de Ideas. (Aprovechar Oportunidades) - Actividad de medición de la capacidad de riesgo. - Actividad en grupo para diseñar un proceso eficiente. - Dinámica grupal para desarrollar estrategias que permitan mejorar la eficiencia y calidad de un producto o servicio. (Interrogante: ¿Cómo vendería su producto, está tomando en cuenta la calidad?) - Ejercicio en grupo para medir la persistencia. (Ej: armar un rompecabezas en silencio entre todos los miembros del grupo). - Fichas de logros de cada característica.

	– Se preocupa por cumplir y superar los estándares de excelencia. – Se encarga de que el trabajo se lleve a cabo en forma adecuada. • <i>No se detiene ante la adversidad.</i> Comportamientos característicos: – Frente a los inconvenientes toma mas acciones pertinentes. – Actúa insistentemente o cambia la estrategia para salvar los obstáculos. – Hace personalmente todo lo necesario para alcanzar sus objetivos. • <i>Responsabilidad.</i> Comportamientos característicos: – Hace todo cuanto esté en sus manos para cumplir con los plazos de entrega de sus compromisos. – Si es preciso, colabora con sus empleados para determinar a tiempo una actividad. – Da más importancia a la opinión a largo plazo de sus clientes que a los beneficios inmediatos.	
--	--	--

Unidad II. Conjunto de la Planificación
--

OBJETIVOS ESPECÍFICOS	CONTENIDOS	ESTRATEGIAS METODOLOGICAS
Que el Alumno conozca y desarrolle las actividades de planificación que lleva a cabo un emprendedor para el logro de sus metas.	<i>Investiga y recolecta información.</i> Comportamientos característicos: - Busca información relacionada a sus clientes, proveedores o la competencia. - Se ocupa personalmente de averiguar cómo desarrollar un producto o prestar un servicio. - Consulta asesoría técnica y comercial. <i>Establece metas</i> Comportamientos característicos: - Fija metas de acuerdo a sus aspiraciones personales que le represente un reto. - Logra visualizar lo que quiere a largo plazo. - Se plantea objetivos medibles y alcanzables a corto plazo. <i>Planifica sus actividades y evalúa el alcance de sus planes continuamente.</i> Comportamientos característicos: - Realiza su planificación dividiendo las tareas grandes en pequeñas tareas más manejables y establece fechas de entrega para cada una de ellas. - Revisa permanentemente sus planes	Actividad Práctica: <i>Recolección de información</i> Esta actividad permite poner en práctica la característica <i>de Investigación y Recolección de Información</i>, que se refiere a la necesidad de indagar sobre aspectos trascendentales relevantes, como por ejemplo: mercado, clientes potenciales, competencias, antecedentes, etc., antes de decidirse a iniciar un negocio. - Planificación de actividades: establecer metas personales y del negocio a largo, mediano y corto plazo, a través de un cuadro de metas y actividades. - Fichas de Logros de cada característica.

	para tomar en cuenta cualquier imprevisto que pudiera presentarse y hacer las correcciones pertinentes. – Lleva al día sus registros financieros de tal manera que los puede usar para tomar decisiones.	
--	---	--

Unidad III. Conjunto de Capacidad y Autoconfianza
--

OBJETIVOS ESPECÍFICOS	CONTENIDOS	ESTRATEGIAS METODOLOGICAS
Que el alumno conozca y desarrolle las características asociadas con la capacidad y autoconfianza para el logro de sus objetivos.	<i>Persuasión e Influencia.</i> Comportamientos característicos: – Aplica estrategias de persuasión para lograr sus propósitos. – Establece contacto con las personas apropiadas que lo puedan ayudar a alcanzar sus objetivos. <i>Confianza en sí mismo.</i> Comportamientos característicos: – Le gusta ser autónomo en sus decisiones. – Defiende su posición ante otros, aún en situaciones adversas. – Se siente capaz en situaciones de reto.	- Autoevaluación sobre influencias y poder. - Experiencia en la toma de decisiones en grupo. - Actividad práctica de negociación: Un caso de persuasión. - Actividad práctica de influencia: Un caso para la utilización de redes de contactos. - Charla y dinámica sobre Autoestima. - Fichas de logros de cada característica.

MÓDULO #3: PLAN DE NEGOCIO – PROYECTO DE EMPRESA

Objetivo del Módulo:

- Que el alumno logre alcanzar la comprensión de lo que es un Plan de Negocios, su importancia, principales elementos y método de elaboración. Como herramienta básica para la puesta en marcha de su negocio.
- Que el alumno desarrolle el Plan de Negocio para su Proyecto de Empresa.

Descripción del Proyecto de Empresa:

El Proyecto de Empresa es una actividad individual o en grupo, dirigida a estimular la creatividad y persistencia en el alumno, cuya principal finalidad es la puesta en práctica del Plan de Negocios y de las características del ***Empresario Emprendedor***.

El proyecto consiste en la generación y comercialización de un producto o servicio (no es válida la compra-venta). Al finalizar el programa, será premiado aquel participante que haya obtenido mayor utilidad en su negocio. El proyecto puede ser realizado en grupos pero la utilidad del negocio será calculada por persona. La comercialización del mismo puede ser hecha dentro de las aulas de clase, dentro de las instalaciones de la universidad o fuera de ésta. Deben ser presentados comprobantes de los gastos en que se incurran por la elaboración y comercialización del producto.

Unidad I. La Idea – Característica Asociada: <i>Aprovecha Oportunidades</i>		
Basamento teórico: ¿Cómo surgen las ideas?: Intereses Personales, Condiciones Económicas, Condiciones del mercado. Fuentes alternativas de ideas.		
OBJETIVOS ESPECÍFICOS	CONTENIDOS	ESTRATEGIAS METODOLOGICAS
• Determinar la viabilidad de la idea de negocio.	• La oportunidad de éxito. • Posibles variaciones sobre la idea inicial. • Viabilidad técnica de la idea. • Viabilidad comercial de la idea. • Viabilidad económica de la idea. • Aspectos positivos de la idea. • Aspectos negativos de la idea. • Valoración Final.	• Se toma una idea del grupo y se evalúa en el pizarrón, a través de una tormenta de ideas entre todos los participantes.

Unidad II. Descripción del Producto o Servicio – Característica Asociada: <i>Asume riesgos en forma prudente.</i>		
Basamento teórico: Empresa, Empresario, Competitividad, Empresa Competitiva.		
OBJETIVOS ESPECÍFICOS	CONTENIDOS	ESTRATEGIAS METODOLOGICAS
• Que el alumno logre evaluar su idea de negocio en base a las características del producto o servicio, su competitividad frente al mercado y la posible demanda.	• Actividad concreta del negocio. ¿A qué se va a dedicar? • Características del producto o servicio. • Diferenciación con los productos ya existentes en el mercado (Cualidades del producto). • Necesidades del mercado y demanda a satisfacer. • Propiedades o características físicas del producto o servicio: • Denominación. • Presentación y envoltorio. • Sondeo del Mercado. • Aspectos comparativos con productos ya existentes. • Ventajas e inconvenientes sobre otros productos • Proceso de creación de una empresa.	• A través de un cuestionario que debe ser llenado por cada participante, se logra concretar las características del producto o servicio a desarrollar en el Plan de Negocio. • Test “<i>Factores de riesgo para evaluar una empresa</i>”. • Test “<i>Compatibilidad de la idea de negocio con el participante</i>”.

Unidad III. Análisis de Mercado – <i>Características Asociadas: Aprovecha Oportunidades, No se detiene ante la adversidad. Investiga y recolecta información. Persuasión e Influencia.</i>		
Basamento teórico: Consumidores, tamaño del mercado, plan de mercadeo, análisis de la competencia, tipología de campañas de promoción, políticas de comunicación, canales de distribución.		
OBJETIVOS ESPECÍFICOS	CONTENIDOS	ESTRATEGIAS METODOLOGICAS
Que el alumno logre evaluar la potencialidad del mercado, del producto o servicio, de tal manera que le sea posible alcanzar metas de ventas propuestas con la presencia de los competidores actuales y potenciales.	- Estudio de mercado. - Tamaño del mercado. - Perfil del mercado. - Mercado real. - Mercado potencial. - Ubicación. - Perfil del cliente. - Perfil de la oferta existente. - La Competencia. - Productos sustitutivos. - Calculo del precio. - Costos - Precios de la Competencia. - Estrategias de mercado. - Estrategias de venta. - Estrategias de precios. - Estrategia promocional. - Estrategia de distribución. - Planes de Contingencia.	Los participantes deben realizar el llenado de: - Cuestionario sobre el mercado: cliente, competencia. - Cuestionario sobre los canales de distribución. - Cuadro de costos. - Cuadro de precios de la competencia. - Cuadro sobre campañas de promoción y publicidad.

Unidad IV. Estudio Técnico – <i>Características Asociadas: Responsabilidad, Asume riesgo en forma prudente, Investiga y recolecta información, Planificación. Altos estándares de eficiencia y calidad.</i>		
Basamento teórico: Proceso productivo, estructura organizativa, subcontratación, proveedor.		
OBJETIVOS ESPECÍFICOS	CONTENIDOS	ESTRATEGIAS METODOLOGICAS
Que el alumno determine cuáles son los elementos asociados al proceso de producción del producto o generación del servicio objeto del negocio, así como los aspectos de la organización de la empresa para el logro de sus objetivos.	- Diseño y Plan de desarrollo. - Situación actual. - Objetivos. - Capacidad de desarrollo. - Apoyo Requerido. - Procedimiento. - Personal. - Costos. - Riesgos y dificultades. - Plan de Operación. - Tamaño y Localización - Proceso de producción - Fases de elaboración del producto o servicio. - Subcontratación. - Maquinaria, equipos y edificaciones. - Personal. - Materia prima e insumos. - Compras. - Existencia y almacenamiento. - Organización. - Estructura Organizativa - Recursos humanos y organización. - Perfil - Retribución.	Los participantes deben realizar el llenado de: - Lista de chequeo de los puntos especificados en el contenido. - Cuadros de: - Compras de materia prima. - Existencia y almacenamiento. - Costos de mantenimiento. - Maquinarias y herramientas. - Mobiliario y enseres. - Ciclo de producción. - Subcontratación.

	• Formación. • Tecnología administrativa. • Gerencia. • Aspectos legales. • Calidad. • Satisfacción al Cliente. • Servicio post-venta.	
--	--	--

Unidad V. Análisis Financiero – <i>Características Asociadas: Asume riesgos en forma prudente, Responsabilidad. Investiga y recolecta información, Planificación.</i>		
Basamento teórico: Activos, pasivos, capital de trabajo, punto de equilibrio, amortización, acreedor.		
OBJETIVOS ESPECÍFICOS	CONTENIDOS	ESTRATEGIAS METODOLOGICAS
• Que el alumno defina las principales variables financieras del plan de negocios como lo son: inversión, financiamiento, ingresos y egresos.	• Inversión • Activos Fijos • Capital de trabajo. • Cronograma. • Financiamiento. • Fuentes • Internas. • Externas. • Monto. • Plazo. • Interés. • Garantía. • Ingresos y Egresos. Estado de resultados. • Ingresos. • Ventas. • Ventas de Activos. • Ingresos Financieros. • Otros Ingresos. • Egresos. • Materia Prima. • Mano de Obra. • Materiales e insumos. • Servicios. • Mantenimiento y reparaciones. • Gastos Administrativos.	Los participantes deben realizar el llenado de: • Lista de chequeo de los puntos especificados en el contenido. • Cuadros de: • Balance. • Plan de financiación. • Previsión de tesorería. • Estado de resultados.

	• Gastos Generales • Gastos de Ventas. • Intereses. • Utilidades. • Plan de Tesorería.	
--	--	--

Unidad VI. Evaluación		
Basamento teórico: Punto de equilibrio, rentabilidad, período de retorno, tasa de retorno, flujo de caja.		
OBJETIVOS ESPECÍFICOS	CONTENIDOS	ESTRATEGIAS METODOLOGICAS
• Que el alumno determine la variabilidad financiera de la idea de negocio.	• Punto de equilibrio. • Período de retorno. • Rentabilidad. • Relaciones financieras. • Valor actual neto. • Tasa interna de retorno. • Flujo de caja. • Análisis de sensibilidad.	Los participantes deben realizar el llenado de: • Lista de chequeo de los puntos especificados en el contenido.

MÓDULO #4: FICHAS DE LOGROS

Objetivo del Módulo:

Que el alumno escriba y se haga consciente de las actividades que está llevando a cabo, durante la duración del curso, que le permiten fortalecer las características de comportamiento en su personalidad.

Descripción del Proyecto de Empresa:

Las fichas de logros son formularios que deben ser llenados por el alumno. En estos formularios él lista las conductas del empresario exitoso que ha logrado desarrollar durante la realización del curso. Este mecanismo permite a los facilitadores hacer un seguimiento de los avances del participante en cuanto a la asimilación de las conductas del **E.E.**

Cada ficha está relacionada con una característica determinada (responsabilidad, planificación, etc.). A través del proceso de llenado, el alumno va afianzando, asimilando y concientizando el aprendizaje de las mismas. La elaboración del **Proyecto de Empresa** es uno de los principales nutrientes para el llenado de las fichas.

Unidad I. Conjunto del Alcance de las metas

OBJETIVOS ESPECÍFICOS	CONTENIDOS	ESTRATEGIAS METODOLOGICAS
• Que el alumno escriba y se haga consciente de las actividades que está llevando a cabo, durante la duración del curso, que le permiten fortalecer las características correspondientes al <i>Conjunto del Alcance de las Metas</i>.	• Aprovecha Oportunidades. • Asume riesgos en forma prudente. • Posee altos estándares de eficiencia y calidad. • No se detiene ante la adversidad. • Responsabilidad.	• Llenado, por parte de los alumnos, de las fichas de logros para cada característica del comportamiento emprendedor (Conjunto del Alcance de las metas)

Unidad II. Conjunto de la Planificación

OBJETIVOS ESPECÍFICOS	CONTENIDOS	ESTRATEGIAS METODOLOGICAS
• Que el alumno escriba y se haga consciente de las actividades que está llevando a cabo, durante la duración del curso, que le permiten fortalecer las características correspondiente al <i>Conjunto de la Planificación</i>.	• Investiga y recolecta información. • Establece metas. • Planifica sus actividades y evalúa el alcance de sus planes continuamente.	• Llenado, por arte de los alumnos, de las fichas de logros para cada característica del comportamiento emprendedor (Conjunto de la Planificación).

Unidad III. Conjunto de la Capacidad y Autoconfianza

OBJETIVOS ESPECÍFICOS	CONTENIDOS	ESTRATEGIAS METODOLOGICAS
• Que el alumno escriba y se haga consciente de las actividades que está llevando a cabo, durante la duración del curso, que le permite fortalecer las características correspondientes al <i>Conjunto de la Capacidad y Autoconfianza</i>.	• Persuasión e Influencia. • Confianza en sí mismo.	• Llenado, por parte de los alumnos, de las fichas de logros para cada característica del comportamiento emprendedor (Conjunto de la Capacidad y Autoconfianza)

Módulo #5: ¿Cómo hacer una presentación?

OBJETIVOS ESPECÍFICOS	CONTENIDOS	ESTRATEGIAS METODOLOGICAS
• Que los alumnos sean capaces de montar una presentación del impacto que llegue a la audiencia y les permita convencer y lograr sus objetivos.	• Introducción. Captar la atención de la audiencia. • Resumen del Problema. • Impacto del Problema. • Soluciones y beneficios. • Acciones a tomar. • Cierre. Dejar claro el mensaje final.	• El facilitador brinda al alumno las metodologías y estrategias básicas necesarias para llevar a cabo una presentación exitosa. • El alumno prepara una presentación de prueba de 5 minutos la cual será filmada y presentada posteriormente al resto de sus compañeros. • Los compañeros le dan el feedback al expositor, lo cual le permitirá mejorar cualquier deficiencia que pudiere haber presentado en el ensayo. • El alumno diseñará la presentación final de su Proyecto de Empresa.

4. Plan de Evaluación

4.1. Plan de Negocios y Proyecto de Empresa (85%)

Aspectos a evaluar:

Originalidad de la Idea de Negocio. (10%).
Factibilidad de la Idea. (25%)
Organización y Planificación. (15%)
Responsabilidad y puntualidad en las entregas. (10%)
Resultados (Rendimiento de la empresa) (25%)

4.2. Fichas de Logros (15%)

5. Inventario de Recursos de Aprendizaje

- 5.1. Carpeta de Trabajo: Material de Apoyo y Fichas de Logros.
- 5.2. Videos de Motivación.
- 5.3. Material audiovisual.
- 5.4. Juegos didácticos.
- 5.5. Asesoría (Consultas a los facilitadores).

6. Bibliografía

- Guía para preparar un Plan de Negocios. VICTOR DEZEREGA. IESA.
- Convirtiéndonos en Empresarios. Tecnoparques.
- Guía de para preparar un Plan de Negocios. Empretec. Naciones Unidas/Corpoindustria.
- DALRYMPLE Douglas/PARSONS Leonard, Marketing management Strategy and Cases, John Wiley and Sons, USA 1990.
- ROBERT K. SKALER, El Plan de Mercadeo como Prepararlo, Editor Ing. David Lapscher an Asociados, Caracas 1976.
- LUTHER WILLIAMS, El Plan de Mercadeo, Editorial Norma S.A., Colombia 1985.
- LUDEVID Manuel y que Moserrat, Como Crear Su Propia Empresa. Factores de Gestión Alfaomega – Marcombo, México 1991.

- OCIE Monserrat, PLANECIAS Marcel, MOLINA Londi, El Plan de Empresa, Como Planificar la Creación de una empresa, Alfaomega – Marcombo, México 1997.
- ALCARAZ, Rafael. El Emprendedor de éxito. Guía de Planes de Negocio. Mac Graw Hill. México 1995.
- ANTONORSI B, Marcel. Guía Práctica de la empresa Competitiva. Venezuela Competitiva. Caracas 1995.
- BRICEÑO L, Pedro. Administración y Dirección de Proyectos. Un Enfoque Integrado. Segunda Edición. MacGraw Hill y Universidad de Chile. Ciade, Chile 1996.
- HALLORAN, James W. Curso MacGraw Hill de Creación de Empresas, Series MacGraw Hill de Management. MacGraw Hill, España 1996.
- ILPES. Guía para la Presentación de Proyectos. Editorioal Siglo XXI. México 1987.
- ILPES Y REVISTAS DE INVESTIGACIÓN Y GERENCIA. Gerencia para Pequeñas y Medianas Industrias. Módulos 1 al 10. Caracas s/f.
- JIMENEZ, Jorge, LOZANO, Melquiacedec y VALERA, Rodrigo. Crear Empresas: Misión de Todos, Icesi, Colombia 1993.
- SANCHEZ L., Alfonso y CANT D., Humberto. El Plan de Negocios del Emprendedor. MacGraw Hill. México 1995.
- VARELA V., Rodrigo, Innovación Empresarial. Un nuevo Enfoque de Desarrollo, Icesi, Colombia 1991.
- O'CONNOR, Joseph, PRIOR, Robin. La Venta con PNI. Ediciones Urano. Barcelona 1997.

7. Programación

- 7.1. **Modalidad de Producción:** Las clases serán tipo taller. Se utilizarán recursos audiovisuales, videos, juegos didácticos, dinámicas grupales, discusiones, etc., que conlleven a la interacción constante de los participantes entre ellos mismo y con los facilitadores, se asignarán actividades para la casa que deberán ser entregadas semanalmente para su revisión. Durante las clase se reservará un espacio para chequear los avances del *Plan de Negocios, el Proyecto Innovar y las Fichas de Logros*.
- Que el alumno se plantee interrogantes sobre quién es, sus metas, aspiraciones, cualidades, limitaciones, qué actividades le gustaría desempeñar al graduarse, y se visualice en el tiempo (cinco, diez y veinte años).
 - Que el alumno descubra a través de un test sobre las características del comportamiento emprendedor (CCE), cuáles de éstas necesita reforzar y se plantee metas a alcanzar durante la duración del curso (Cómo puede mejorar estas características).
 - Que el alumno genere, a través de una dinámica grupal, varias ideas del negocio, para luego seleccionar la que más se adapte a sus expectativas.

7.2. Cronograma:

Semana #1:	Taller para plantear Interrogantes en los alumnos. ¿Quién soy? ¿Qué actividad me gustaría desempeñar al graduarme? ¿Cómo me veo dentro de cinco, diez y veinte años? Test sobre las características del emprendedor para los participantes. Dinámicas para estimular la creatividad: Plantear varias ideas de negocio y escoger la más factible.
Semana #2:	Apertura del Curso. Presentación del Grupo de Facilitadores. Resultado del test sobre las características del emprendedor. Características promedio del grupo. Presentación del cronograma de actividades a realizar durante el curso. Organización de los grupos de trabajo. Definición del Proyecto de Empresa. Entrega del material de apoyo y explicación de las técnicas a usar para el logro de los objetivos.
Semana #3: : : #12:	• Explicación de las diez características del Emprendedor (una por semana) • Dinámica relacionada con cada característica • Revisión de las Fichas de Logros, el Proyecto de la Empresa y el Plan de Negocios.
Semana #13:	Afianzar algunos punto relacionados al Plan de Negocios: • Contabilidad. • Tipos de Sociedades para registra una empresa. • Impuesto al valor agregado (I.V.A.)
Semana #14:	¿Cómo hacer una Presentación?
Semana #15:	Presentación a los compañeros del Proyecto de Empresa y visita de las Entidades Financieras.
Semana #16:	Premiación a los ganadores del Proyecto de Empresa y Clausura del Curso.