



**UNIVERSIDAD NACIONAL
FACULTAD DE CIENCIAS SOCIALES
ESCUELA DE ADMINISTRACION**



PROGRAMA DEL CURSO: Formación Empresarial

1. DATOS GENERALES

CODIGO:	ETE 425
NOMBRE DEL CURSO:	Formación Empresarial
GRUPO:	05
CREDITOS:	03
NATURALEZA:	Teórico – práctico
NIVEL DE CARRERA:	VI
PERIODO:	II Ciclo, 2016
HORAS PRESENCIALES POR SEMANA:	03
HORAS DE ESTUDIO INDEPENDIENTE:	03
HORAS DE PRACTICA POR SEMANA:	01
HORARIO Y LUGAR DE ATENCION EL ESTUDIANTE:	LUNES 1-3:30 PM
ASISTENCIA	LUNES 3:30 pm previa cita
NOMBRE DEL PROFESOR QUE IMPARTE EL CURSO:	Obligatoria
	LIC. JEAN-JACQUES OGUILVE PÉREZ, MBA.
	oguilve@gmail.com

2. DESCRIPCION DEL CURSO

Para aprovechar las oportunidades que ofrece el mundo competitivo de hoy, se requiere además de excelentes administradores, muy buenas y buenos empresarios. Aunque en la actualidad hay una tendencia al cambio, la cultura pasiva y paternalista de nuestra sociedad, no ha contribuido en mucho a la generación de nuevas tecnologías, nuevas ideas, nuevos productos, razón por la cual, es necesario crear cultura empresarial, no solo estudiar para conseguir un buen trabajo, sino fomentar que los estudiantes universitarios, se atrevan a crear sus propios emprendimientos, está demostrado que las nuevas empresas a su vez generan nuevos empleos. El curso por tanto, hará énfasis en la necesidad de conocer el entorno, la aplicación de teorías administrativas que posibiliten la creatividad, la innovación y desarrollar en el estudiante capacidades para el

emprendimiento empresarial. Un propósito del curso es despertar el espíritu emprendedor.

3. OBJETIVOS

3.1. OBJETIVO GENERAL

Construir habilidades y conocimientos para la formación de empresas adaptadas y consecuentes con la realidad nacional e internacional que le permitan al estudiante desenvolverse de manera crítica, analítica, innovadora y disruptiva en el ecosistema de formación de empresas.

3.2. OBJETIVOS ESPECÍFICOS

1. Desarrollar herramientas para la formulación de ideas de empresa-negocio por medio de metodologías innovadoras de planificación y visualización estratégica.
2. Analizar contenidos teóricos e históricos sobre la formación de empresas en sus aspectos organizaciones y orgánicos.
3. Implementar experiencias vivenciales de formación, negociación y creación de prototipos de ideas de negocio
4. Analizar situaciones del entorno actual con respecto a la generación de empresas, dificultades, oportunidades y amenazas en el contexto país.
5. Desarrollar las partes esenciales de un plan de negocios como herramientas para la formación de negocios.

4. CONTENIDOS

- Generación de ideas de negocio
 - Mapa de oportunidades
 - Modelo Canvas (clientes, propuesta de valor. Canales, relaciones, fuentes de ingresos, recursos clave, actividades clave, alianzas clave, estructura de costos)
 - Propuesta de Valor
- La estructuración de las organizaciones
 - Funcionamiento de las organizaciones
 - Diseño de organizaciones
 - Factores de contingencia en las organizaciones
 - Configuración estructural de las organizaciones
- Creación de ideas de negocio
 - Elevator pitch
 - Lean start-up
 - Planificación estratégica
 - Ruedas de negocios

- Herramientas de inversión
- Equipos de trabajo
- Tipos de negocios: servicio, bienes, social, manufactura, TIC...
- Aspectos legales y procedimientos para la creación de una empresa en Costa Rica
- Financiamiento
- Plan de negocios
 - La idea
 - Mercado
 - Innovación
 - Ventas
 - Canales de distribución
 - Socios-aliados
 - Presupuesto: costos e ingresos

5. METODOLOGIA

El curso combinará aspectos teórico- prácticos en los cuales se abordarán contenidos bibliográficos y teóricos sobre la estructuración de las organizaciones y a su vez se combinará con prácticas vivenciales que permitan al estudiante trasladar los contenidos teóricos a la realidad de la formación empresarial.

La metodología pretende una alta participación de los estudiantes en el investigación, análisis y aplicación de los contenidos teóricos. Prácticas de elevator pitch y formación de sus propias ideas de negocio. Se formarán 6 equipos de 5 estudiantes para los trabajos grupales. Las tareas y los trabajos en clase serán individuales. Cada grupo debe hacer una investigación del entorno el profesor distribuirá los temas, cada grupo presentará un informe escrito y exponer resultados a los compañeros en las fecha seleccionada para tal propósito.

En grupo deben de leer y exponer un caso de emprendimiento internacional donde se demuestre la aplicación de conceptos, oportunidades y riesgos, hallazgos y todo aquello que constituya un valor de aprendizaje en los nuevos proyectos. Se proporcionará una antología que el y la estudiante deben de leer como trabajo independiente y que será evaluado oralmente al finalizar el curso. Todo trabajo escrito ha de contener las fuentes de información, la correcta citación, ortografía y gramática y formalidades académicas.

6. EVALUACIÓN

Tareas y trabajo en clase.....	20%
Trabajo de Investigación.....	20%
Idea de negocio.....	20%
Exposición de caso libro.....	20%
Examen evaluación oral.....	20%
<hr/>	
Total	100%

Temas:

1. Tributarios y seguridad social
2. Fuentes de financiamiento público y privado
3. Promotores y apoyo a las empresas (MEIC, cámaras, empresariales)
4. Legal y formación de empresas (tipos registro inscripción, costos, s.a, coop. SALES,)
5. Permisos de funcionamiento, ambiental, M. Salud.
6. Propiedad intelectual y patentes

Casos:

1. AVIS.
2. MADE IN JAPAN.
3. STARBUCKS.
4. EL EFECTO DOMINOS.
5. SOUTHWEST AIRLINES.
6. CAMINO AL FUTURO.

7. BIBLIOGRAFIA

- Mintzberg, Henry. (1998). La estructuración de las organizaciones. Barcelona, España: Editorial Ariel
- Nuñez Gonzalez, José. (2012). Gerenciamiento de organizaciones de economía social. San José, Costa Rica: Editorial Juricentro
- Osterwalder, A. (2010). Business Model Generation. New Jersey: Wiley.
- Osterwalder, A. (2014). Value Proposition Desing . New Jersey: Wiley.

8. CRONOGRAMA DEL CURSO

#	Actividad Tema/Actividad	Fecha	Responsable
1	Revisión del programa, presentación del profesor y de los estudiantes, establecimiento de reglas del juego. Introducción al curso	18 julio	Profesor
2	Modelos de desarrollo de nuevos productos, canvas, emprendor nace o se hace o ambas	25 julio	feriado

3	Estrategias competitivas, economías de escala	1 agosto	
4	Desarrollo empresarial, estrategias y tácticas	8 agosto	
5	Elaboración del plan de negocios	15 agosto	feriado
6	Cine foro (biblioteca Joaquín García Monge) la guardería de papas	22 agosto	
7	Empresas familiares	29 agosto	
8	Creatividad e innovación	5 setiembre	
9	STARBUCKS. CAMINO AL FUTURO.	12 setiembre	
10	EL EFECTO DOMINOS. SOUTHWEST AIRLINES.	19 setiembre	Profesor comentarista
11	AVIS. MADE IN JAPAN.	26 setiembre	Profesor comentarista
12	Exposición de trabajos finales G1, G2, G3 1. Tributarios y seguridad social 2. Fuentes de financiamiento público y privado 3. Promotores y apoyo a las empresas (MEIC, cámaras, empresariales)	3 octubre	Profesor comentarista
13	PELICULA BEUTY SHOP	10 octubre	
14	Exposición de trabajos finales G4, G5, G6 4. Legal y formación de empresas (tipos registro inscripción, costos, s.a, coop. SALES,) 5. Permisos de funcionamiento, ambiental, M. Salud. 6. Propiedad intelectual y patentes	17 octubre	
15	Ideas de negocios vender con metodología de elevator pitch, "estanque de tiburones" todos los grupos 10 minutos c/u	24 octubre	
16	Examen oral	31 octubre	
17	PROMEDIOS	7 noviembre	

IMPORTANTE: Referente al plagio o copia, según el Reglamento General sobre los procesos de Enseñanza y Aprendizaje de la UNA, página 10, que a la letra dice:

“Artículo 24: Plagio. Se considera la reproducción parcial o total de documentos ajenos presentándolos como propios. En el caso que se compruebe el plagio por parte del estudiante, perderá el curso. Si reincide será suspendido de la carrera por un ciclo lectivo, y si la situación se repite una vez más, será expulsado de la Universidad.”.

“Artículo 25: Copia. Se considera copia todo documento o medio no autorizado utilizado de manera subrepticia por el estudiante durante una prueba evaluativo. De comprobarse la copia en la realización de una evaluación, esta será calificada con nota cero y el estudiante perderá el porcentaje correspondiente a esa evaluación, independientemente de la eventual sanción disciplinaria establecida en la normativa institucional.”.