UNIVERSIDAD NACIONAL
FACULTAD DE CIENCIAS SOCIALES
ESCUELA DE ADMINISTRACION

Código y nombre del curso:	ETE425 – FORMACIÓN EMPRESARIAL
Créditos:	3.
Naturaleza del curso:	Teórico-Práctico.
Nivel de carrera:	III nivel.
Periodo Lectivo:	II CICLO 2020.
Horas presenciales por semana:	3 horas lectivas.
Horas estudio individual por semana:	6 horas por semana.
Requisitos:	Principios de Administración y Paradigmas Administrativos.

DUNNIA MARIN CORRALES (FIRMA) Firmado digitalmente por DUNNIA MARIN CORRALES (FIRMA) Fecha: 2020.09.30 18:18:10 -06'00'

Profesor:	Horario de clase	Atención a estudiantes
MGCI. Gabael Armas Vallejos gabael.armas.vallejo@una.cr	Martes 18:30pm a 21:30pm Lunes 8:00am, a 11:00 am	Martes 17:00pm- 18:00pm Lunes 11:00am – 12:00md

En esta Universidad nos comprometemos a prevenir, investigar y sancionar el hostigamiento sexual entendido como toda conducta o comportamiento físico, verbal, no verbal escrito, expreso o implícito, de connotación sexual, no deseado o molesto para quien o quienes lo reciben, reiterado o aislado. Si usted está siendo víctima de hostigamiento diríjase a la Fiscalía de Hostigamiento Sexual de la UNA o llame al teléfono: 2277-3961.

DESCRIPCIÓN:

Para aprovechar las oportunidades que ofrece el mundo competitivo de hoy, se requiere además de excelentes administradores, buenos empresarios. Como administradores, es posible convertirse en un emprendedor, capaz de convertir una idea en un proyecto que traiga beneficios para la sociedad.

La cultura pasiva y paternalista de nuestro país, ha hecho que sea lento el proceso de generación de nuevas tecnologías, nuevas ideas, nuevos productos que surjan a nivel local. Por esta razón, es necesario crear cultura emprendedora, innovadora y empresarial en los estudiantes de administración, para que se vean competentes en el diseño y ejecución de proyectos de negocios que les permitan construir un mejor futuro individual y colectivamente.

El curso por tanto, hará énfasis en la necesidad de conocer el entorno, la aplicación de herramientas de diseño que posibiliten la innovación, y desarrollar en el estudiante capacidades para el emprendimiento empresarial.

OBJETIVO GENERAL:

Construir habilidades y conocimientos para la formación de organizaciones 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.

OBJETIVOS ESPECÍFICOS:

1. Analizar contenidos teóricos e históricos sobre la formación de empresas en sus aspectos organizaciones y orgánicos
2. Desarrollar herramientas para la formulación de ideas de empresa-negocio por medio de metodologías innovadoras de planificación y visualización estratégica.
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.

CONTENIDOS TEMÁTICOS:

A lo largo del ciclo lectivo, en el curso Formación Empresarial serán abordadas las siguientes temáticas:

- Espíritu emprendedor y tipos de organizaciones.
- Importancia de la micro y pequeña empresa en la economía nacional.
- Mapa de Oportunidades
- Herramientas Cliente: Mapa de Empatía. B2B / B2P
- La propuesta de valor
- Modelos de negocios
- Herramientas para la innovación

CRONOGRAMA:

Semana (fecha)	Contenidos temáticos por sesión	Actividades docente	Actividades del estudiante
Semana 1 Del 20 al 24 de julio	• Presentación del profesor. • Revisión de la lista de clase. • Lectura del programa del curso. • Análisis y aprobación del sistema de evaluación. • Presentación de los estudiantes. Sesión de diagnóstico	En esta primera sesión se revisan los temas y actividades del curso, asimismo se evacúan las dudas generales que surjan al respecto. Aspectos éticos del curso	
Semana 2 Del 27 al 31de julio	Tema:.Design thinking Sesión de ideación	Clase magistral para exposición y análisis de los temas señalados. Asignación de actividades para reforzar el aprendizaje.	Lectura previa de: Manual de Herramientas Participación en actividades en clase Investigación sobre tendencias del mercado
Semana 3 Del 03 al 07 de agosto	Tema: Empatía en los procesos de ideación	Clase magistral para exposición y análisis de los temas señalados. Asignación de actividades para reforzar el aprendizaje.	Investigación previa sobre tendencias del mercado Participación en actividades en clase
Semana 4 Del 10 al 14 de agosto	Tema: Clientes Herramientas B2B/ B2C/ Mapa de la Empatia	Clase magistral para exposición y análisis de los temas señalados. Asignación de actividades para reforzar el aprendizaje.	Participación en actividades en clase **Aula virtual:** Lectura Tipos de Clientes

Semana (fecha)	Contenidos temáticos por sesión	Actividades docente	Actividades del estudiante
Semana 5 Del 17 al 21 de agosto	Tema: Lean CANVAS	Clase magistral para exposición y análisis de los temas señalados. Asignación de actividades para reforzar el aprendizaje.	Participación en actividades en clase **Aula virtual:** Desarrollar la herramienta en casa con insumos del aula virtual Exposición de la herramienta
Semana 6 Del 24 al 28 de agosto	**PRUEBA EVALUATIVA PARCIAL 1- APLICACION DEL MODELO CANVAS**		
Semana 7 Del 31 agosto al 04 de setiembre	Tema: La propuesta de valor Clase virtual	Clase magistral para exposición y análisis de los temas señalados. Asignación de actividades para reforzar el aprendizaje.	Lectura previa de: Osterwalder, A. (2014). **-En aula virtual-** Participación en actividades en clase
Semana 8 Del 07 al 11 de setiembre	Tema: Modelo Kano / Función QFD **Análisis de ideas de proyectos**	Asignación de actividades para reforzar el aprendizaje. Asignación de citas. 30 minutos por grupo	**Material en aula virtual**
Semana 9 Del 14 al 18 de setiembre	**PRUEBA EVALUACTIVA II APLICACIÓN DEL MODELO KANO**		
Semana 10 Del 21 al 25 de setiembre	Tema: Prototipado / Experiencia del cliente	Asignación de tareas para reforzar el aprendizaje.	Lectura previa de: Osterwalder, A. (2010). Participación en actividades en clase **Aula virtual:** Desarrollar la herramienta en casa con insumos del aula virtual Exposición de la herramienta
Semana 11 Del 28 setiembre al 02 de octubre	Tema: Herramientas para la Innovación. Herramienta: Diez tipos de innovación y portafolio de proyectos	Clase magistral para exposición y análisis de los temas señalados. Asignación de actividades para reforzar el aprendizaje.	Lectura previa de: Osterwalder, A. (2010). **PRUEBA EVALUATIVA III GESTION DE INNOVACION** .
Semana 12 Del 05 al 09 de octubre	EL PLAN DE NEGOCIO	Clase magistral para exposición y análisis de los temas señalados. Asignación de actividades para reforzar el aprendizaje.	**Estudiar presentación PDF plan negocios y sus partes**
Semana 13 Del 12 al 16 de octubre	ESTUDIO ADMINISTRATIVO	Clase magistral para exposición y análisis de los temas señalados.	**ESTUDIAR PRESENTACION pdf**

Semana (fecha)	Contenidos temáticos por sesión	Actividades docente	Actividades del estudiante
		Asignación de actividades para reforzar el aprendizaje	
Semana 14 Del 19 al 23 de octubre	**ESTUDIO DE MERCADO**	Clase magistral para exposición y análisis de los temas señalados	**ESTUDIAR PRESENTACION pdf y presentar avance 1**
Semana 15 Del 26 al 30 de octubre	ESTUDIO TECNICO	Clase magistral para exposición y análisis de los temas señalados	**ESTUDIAR PRESENTACION pdf**
Semana 16 Del 02 al 06 de noviembre	**ESTUDIO FINANCIERO**	Clase magistral para exposición y análisis de los temas señalados	**ESTUDIAR PRESENTACION pdf**
Semana 17 Del 09 al 13 de noviembre	ENTREGA TRABAJO FINAL (DISEÑO DE UN PLAN DE NEGOCIOS)		
Del 18 al 22 de noviembre	ENTREGA DE PROMEDIOS FINALES DEL CURSO		

METODOLOGÍA DE ENSEÑANZA Y APRENDIZAJE:

El curso es de naturaleza teórico-práctico donde se generan actividades que enriquecen los conceptos y permiten al estudiantado poner en práctica sus conocimientos. La metodología se orienta a aspectos que integran la discusión, el análisis y la puesta en práctica de la teoría por medio de la investigación, de ahí que, el estudiantado se concentra en el aprendizaje y logra que este sea significativo en el tiempo. De igual forma se incentiva el trabajo grupal, lo que permite el intercambio de experiencias, opiniones e ideas sobre los temas principales de la administración general de empresas, pero también el desarrollo de habilidades blandas para el gerente del futuro.

EXPERIENCIAS DE APRENDIZAJE:

Cada estudiante es el centro principal del proceso enseñanza-aprendizaje, por lo que su participación activa y constante en las actividades de curso le permiten alcanzar los objetivos de la materia. Es importante –además-, que exista una participación activa de los estudiantes entre sí, en las actividades de clase grupales como la resolución de casos y la realización del trabajo de investigación final del curso, ya que no solo se mejoran las habilidades sociales de comunicación, sino que permite valorar puntos de vista y opiniones de otros que favorecen la construcción de nuevos conceptos.

RECURSOS DIDÁCTICOS:

Los recursos didácticos que se utilizan para el desarrollo del curso son: equipo multimedia, aula, mobiliario adecuado y pizarra acrílica, recursos bibliográficos, utilización de las TIC´s como parte del proceso de enseñanza y diferentes técnicas didácticas señaladas en el sistema de evaluación y detalladas en el cronograma de actividades, lo que permite una mayor posibilidad de apropiarse de los conocimientos.

SISTEMA DE EVALUACIÓN:

El estudiante debe ser responsable y presentarse a lecciones en las fechas y horas señaladas, ya que de ello depende su participación activa y entrega de actividades. El curso será evaluado mediante los siguientes aspectos:

Aspecto	Porcentaje asignado
1. Prueba Evaluativa I Lluvia de ideas	10%
2. Prueba evaluativa II Mapa de Empatía de Valor	10%

3. Prueba evaluativa III Caso de estudio grupal	20%
4. Prueba evaluativa IV Modelo CANVAS individual	10%
5. Prueba Evaluativa V Estrategia Gestión de Innovación.	15%
6. Prueba evaluativa V Trabajo final: Diseño de un plan de negocio	30%
7. Asistencia	5%
Total	**100%**

Finalmente, la asistencia se valora conforme al reglamento institucional en donde: habiendo faltado a tres pierde la materia, de acuerdo con el APLICACIÓN DEL REGLAMENTO GENERAL SOBRE PROCESOS DE ENSEÑANZA Y APRENDIZAJE DE LA UNIVERSIDAD NACIONAL:

> "Artículo No. 11 Asistencia a lecciones. La asistencia es obligatoria a todas las lecciones programadas; en especial a fechas de examen, laboratorios y quices. No es válido justificar ausencias por temas de trabajo. Las justificaciones deben acompañarse de parte médico, incapacidad o situación que justifique la fuerza mayor o caso fortuito."
>
> "Artículo No. 26. Ausencias del estudiante. No se podrán tener más de dos ausencias en el curso y en todos los casos, las ausencias deberán justificarse por escrito y acompañadas del documento que justifique la ausencia, en el plazo establecido por el Reglamento de Enseñanza y Aprendizaje de la UNA (5 días hábiles)."

*****Toda tardía posterior a ls 20 minutos de iniciada la clase se considerará ausencia injustificada*****

NOTAS IMPORTANTES

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".

Con respecto a la matrícula del curso Formación Empresarial: los profesores no aceptarán estudiantes que no estén debidamente matriculados en el grupo al que asisten.

BIBLIOGRAFÍA:

Alcaraz, R. (2015). *Emprendedor de éxito* (5a.) México: McGraw Hill

Bouwman, H., Molina-Castillo, F. J., & de Reuver, M. (2016). Business Model Innovation in European SMEs: some preliminary findings. *29th Bled eConference 2016 Proceedings,* pp.527-538.

Gido, J. & Clements, J. (2012). *Administración exitosa de proyectos*. México: Thomson

Mann, D. (2001). An introduction to TRIZ: The theory of inventive problem solving. *Creativity and Innovation Management*, 10(2), 123-125.

Ministerio de Economía, Industria y Comercio. (2017). *Estado de Situación de las PYME en Costa Rica.* San José, Costa Rica: MEIC.

Mintzberg, Henry. (1998). *La estructuración de las organizaciones*. Barcelona, España: Editorial Ariel

Núñez, J.G. (2012). *Gerenciamiento de organizaciones de economía social*. San José, Costa Rica: Editorial Juricentro

Osterwalder, A. (2010). *Generación de Modelos de Negocio*. New Jersey: Wiley.

Osterwalder, A. (2014). *Value Proposition Design*. New Jersey: Wiley.

Teece, D. J. (2010). Business models, business strategy and innovation. *Long range planning*, 43(2), 172-194.