

PLAN DE TRABAJO DOCENTE

1. Datos del curso:

Carrera: Lic. En Administración – Contador Público		
Curso: Creación de Empresas		Código: 565
Carácter del Curso:		
Área curricular a la que pertenece: Administración		Departamento: Administración
Año del plan de estudios: 5°		
Ciclo, año y cuatrimestre de ubicación del curso: 2do. Cuatrimestre ***		
Carga horaria total del área curricular en el plan de estudios:		
Carga horaria total del curso asignada en el Plan de Estudios: 64		
1.-Carga horaria semanal* –presencial - de los alumnos: 4 horas**		
2.-Distribución de la carga horaria presencial de los alumnos:		
Teóricas	Prácticas	Teórico - práctica
		4

* La duración prevista es de 15 semanas.

** Incluye una hora semanal para la realización del Plan de Empresa. Se deben sumar **4 horas**, que se estima el tiempo necesario de trabajo para investigar, encontrar y estudiar los datos para la elaboración del Plan de Empresa.

*** Se propone como requisitos tener aprobadas **Administración de Personal, Administración de la Producción, Administración de la Comercialización y Administración Financiera.**

Relación docente - alumnos:

1. Alumnos inscriptos el año anterior	17
2. Alumnos que promocionaron el año anterior	16
3. Alumnos que abandonaron	1

4. Alumnos recursantes (1-2-3)					--
5. Alumnos que aprobaron la correlativa anterior					--
Cantidad estimada de alumnos	Cantidad de docentes		Cantidad de comisiones 1		
	Profesores	Auxiliares	T	P	TP
Máximo 30	1		1		1

2. Composición del equipo docente: *Según Planilla Anexa*

3. Objetivos del curso indicando las transformaciones que espera obtener en el pensamiento, lenguaje, sentimiento y actitudes de los alumnos:

Objetivos generales

Desarrollar en el estudiante habilidades, actitudes, destrezas y talentos que incrementen su potencial emprendedor o, a través de su asesoramiento, el de la comunidad; además la aplicación de las teorías administrativas en la elaboración por parte del alumno de un plan de negocio.

Que el alumno comprenda y se transforme en un agente de la transferencia del sistema universitario al medio, de los saberes científicos y tecnológicos que se desarrollan en ella, propiciando el desarrollo regional y una mayor desconcentración de la economía.

Objetivos Específicos

- Valorar el papel que desempeñan las pequeñas y medianas empresas (Pymes) en el desarrollo económico regional.
- Identificar los factores de personalidad y acción que distinguen a los emprendedores
- Desarrollar en los estudiantes una vocación empresarial o, alternativamente, crear la capacidad para visualizar y apoyar al desarrollo de una idea de negocio de un tercero, a través de un proceso que consiste en la generación, evaluación y selección de una oportunidad de negocio viable.
- Visualizar la creación de una empresa propia como herramienta para generar autoempleo y puestos de trabajo para la comunidad.
- Seleccionar los mejores medios para, según sea el caso, transferir al sector de las pequeñas empresas que se crean, los adelantos del sistema científico tecnológico de la universidad.
- Preparar a los alumnos para que, con los conocimientos adquiridos y a partir de una idea de negocio, desarrolle su Plan de Empresa.

4. Programa analítico de la asignatura organizados en unidades; ejes temáticos; núcleos problemáticos; etc.

Unidad 1 - INTRODUCCIÓN

- 1.1. Vocación empresarial.
- 1.2. Educación y vocación empresarial.
- 1.3. La creación de empresas en Argentina y el mundo: estudios de casos.

Unidad 2 - LA IDEA DE CREAR UNA EMPRESA

- 2.1 La idea de empresa.
 - 2.2 Generación y selección de ideas u oportunidades de negocio.
 - 2.2.1 El proceso creativo
 - 2.2.2 Creatividad e innovación
- Factores que inciden en la creación de empresas: el mercado y el entorno
Los recursos. Líneas de apoyo existentes

Unidad 3 - EL EMPRENDEDOR Y SU EQUIPO

- 3.1 La teoría de emprendedores
- 3.1 Características personales de un emprendedor
- 3.2 Tipos de emprendedores

Unidad 4 - PLAN DE EMPRESA

1. Presentación del proyecto:
 - 1.1 Descripción de la actividad
 - 1.2 Evolución del proyecto: orígenes y actualidad
 - 1.3 Análisis estratégico. Valoración global del proyecto: puntos fuertes y coherencia
 - 1.4 Aspectos de innovación
2. Plan de Marketing:
 - 2.1 Definición de los productos y/o servicios
 - 2.2 Definición del mercado
 - 2.3 Análisis de la competencia
 - 2.4 Promoción y Publicidad

- 2.5 Previsiones
- 2.6 Determinación del precio de venta y de su comparación con el de la competencia
- 2.7 Presupuesto de comercialización

3. Plan de producción y calidad

- 5.1 Producción de los productos y/o servicios
- 5.2 Calidad
- 5.3 Equipamientos e infraestructura
- 5.4 Seguridad e higiene
- 5.5 Presupuesto de producción

4. Plan de organización y de gestión. Área jurídico-fiscal:

- 4.1. Análisis estratégico y definición de objetivos
- 4.2. Organización funcional de la empresa. Recursos humanos
- 4.3. Determinación de la forma jurídica
- 4.4. Obligaciones propias de la actividad (hacienda, seguridad social, ayuntamientos...)
- 4.5. Patentes y marcas
- 4.6. Permisos, licencias y documentación oficial

5. Plan Económico-financiero:

- 5.1 Plan de inversiones iniciales
- 5.2 Plan de inversiones
- 5.3 Plan de financiación
- 5.4 Sistema de cobro a clientes, de pagos a proveedores y de stocks.
- 5.5 Cuentas de resultados.
- 5.6 Plan de tesorería
- 5.7 Balance de situación.
- 5.8 Análisis de riesgos empresariales. Valoración global del proyecto.
- 5.9 Tabla de toma de datos y de decisiones.

Anexos.

- Curriculum vitae
- Otras informaciones

Bibliografía

Unidad 1 - INTRODUCCIÓN

- Angelelli, P. y Graña F. (1997) *La creación de empresas industriales en el Partido de Gral. Pueyrredon: Marco Conceptual y Estudio de Casos*. Universidad Nacional de Mar del Plata - Universidad Nacional de Gral. Sarmiento, Doc. interno.
- Aggio, Angelelli, Graña, Marín, Milesi y Sepúlveda (1997) ¿Puede la Capacitación Estimular el Nacimiento de Nuevas Empresas?. Informe de Coyuntura, Centro de Estudios Bonaerense, Año 7, N° 70, pág. 79 a 88.
- Casanova Payá, Jesús (2004) *Los CEEIS: 15 años apoyando la innovación, creación, crecimiento y consolidación de empresas*, publicado en *El emprendedor innovador y la creación de empresas I+D+I* (2004) Edit. Universitat de València. España.
- Irigoyen, H.A. (1999) *La incubación de empresas y empresarios*. Desarrollo y Gestión, pp.47-58.
- Kliksberg, Bernardo *Diez falacias sobre los problemas económicos de América Latina*, del libro *Hacia una economía con rostro humano* (2002) Edit.Fondo de Cultura Económica, Argentina. Pag.127
- Lounsbury, M. (1998) *Collective entrepreneurship: the mobilization of college and university recycling coordinators*. Journal of Organizational Change Management, Vol. 11, No. 1, pp. 50-69.
- Morea, Francisco A. (2004) *La participación de contenidos relacionados con la creación de empresas en la curricula universitaria* , publicado en *El emprendedor innovador y la creación de empresas I+D+I* (2004) Edit. Universitat de València. España.

Unidad 2 - LA IDEA DE CREAR UNA EMPRESA

- López Vidal, M.P. (1997) *Creación de empresas: la necesidad del proyecto de empresa*. Universidad de Vigo, Servicio de Publicaciones, 131 p.
- Kastica, Eduardo (1999) *Los 9 mundos de la creatividad en management*. Edit. Macchi cap, 8 y 9
- Kastica, Eduardo (2001) *Desorganización creativa, organización innovadora*. Edit. Macchi cap, 3 y 4.
- Shapero, A. (1984) The entrepreneurial event. C A Kent (ed) *The Environment for Entrepreneurship*. Lexington Books, Lexington: Mass, pág. 21-40.

Unidad 3 - EL EMPRENDEDOR Y SU EQUIPO

- Varela, R. (1996) *Innovación empresarial*. Instituto Colombiano de Estudios Superiores de Incolda, Serie textos universitarios del ICESI, No. 13, 295 p.

- Comeche Martínez, José Manuel (2004) *La visión dinámica sobre el emprendedurismo colectivo*. publicado en *El emprendedor innovador y la creación de empresas I+D+I* (2004) Edit. Universitat de València. España.
- Cuervo García, Alvaro (2004) *Creación empresarial: sobre los empresarios* (2004) publicado en *El emprendedor innovador y la creación de empresas I+D+I* (2004) Edit. Universitat de València. España.
- Junquera Cimadevilla, Beatriz (2004) *Factores contextuales, empresariales e intrínsecos a la empresaria y éxito en la empresas propiedad de mujeres: una revisión de la literatura*. publicado en *El emprendedor innovador y la creación de empresas I+D+I* (2004) Edit. Universitat de València. España.
- Vesga Alejandro (2004) *El perfil del emprendedor de éxito*. publicado en *El emprendedor innovador y la creación de empresas I+D+I* (2004) Edit. Universitat de València. España.
- Rusque Ana María Emprendimiento e Informalidad. Caso de Sabana grande, Caracas. (2006), publicado en *La formación de emprendedores como clave para el desarrollo*. Ed Suarez, Mar del Plata, pag 119 a 160

Unidad 4 - PLAN DE EMPRESA

- López Vidal, M.P. (1997) *Creación de empresas: la necesidad del proyecto de empresa*. Universidad de Vigo, Servicio de Publicaciones, 131 p.
- Morea, F. A. Módulo para universidad abierta : Curso de Apicultura, módulo 2 Bloque 4 “La Empresa Apícola”. Universidad Nacional de Mar del Plata. 1999
- Morea, Francisco A. Fornoni Mariel. (2004) *Módulo de cátedra Plan de Empresa, para Taller de Creación de Empresa*.
- Sanchis, J.R. y Ribeiro D. (1999) *Creación y dirección de Pymes*. Ediciones Díaz de Santos, Madrid, 276 p.
- David, F (1997) *Conceptos de Administración estratégica*. Edit. Prentice Hall, 355 p.

5. Descripción de Actividades de aprendizaje:

Se trata de una materia que se imparte luego de cumplido el ciclo profesional con lo que la materia relaciona los conocimientos que los alumnos han ido adquiriendo a lo largo de la carrera y enfocándolos al caso concreto de la creación de firmas.

El objetivo del programa sólo se logra en la medida que se de paso a la creatividad e iniciativa del alumno, por lo que la metodología de enseñanza-aprendizaje se basa en el trabajo en equipos, en los que el cuerpo docente actúa como facilitador y tutor de los mismos.

Abordar y discutir colectivamente, y después defenderlo públicamente, casos de creación de empresas en la ciudad de Mar del Plata a la luz de los conceptos aportados por la bibliografía propuesta.

Aplicar los elementos, conceptuales, analíticos y conocimientos desarrollados durante el curso.

Ejercitar tareas de investigación y el acercamiento a modelos de rol empresario emprendedor. Proponiendo una estrategia de cambio, tiempos y resultados esperados como si el estudiante tuviera una participación activa en esa organización donde se desarrolla el proceso. En este trabajo en equipo el alumno deberá, partiendo de una fundamentación teórica, realizar todos los estudios, estimaciones, etc. Que le permitan determinar si su proyecto de empresa es o no viable.

6. Procesos de intervención pedagógica: Indique con una cruz, las modalidades de intervención pedagógica más utilizadas durante el curso.

Modalidades	
1. Debate conducido	
2. Ejercicios prácticos	X
3. Análisis de casos	X
4. Explicación doctrinaria	X
5. Trabajo de investigación	
6. Test conceptual	
7 Test de lectura	
8. Taller – Grupo operativo	
9. Seminario	
10.Trabajo de campo	
11. Trabajo integrador	X
12.	

7. Régimen de promoción

a.- Requisitos de aprobación:

Para aprobar la materia se requiere el cumplimiento de los siguientes requisitos

1) Aprobar el trabajo de campo.

Estructura del trabajo: En el tiempo entre cada uno de los encuentros presenciales los equipos realizaran un relevamiento de una empresa (existente o por crearse) y conformarán un diagnostico sobre la base de la bibliografía dada.

Los integrantes de la cátedra serán consultores de los equipos para la confección del trabajo y realizará auditorias que formarán parte de la evaluación. En algunas clases se presentarán los avances parciales de los trabajos.

La evaluación final de la asignatura es la presentación y aprobación del informe final del trabajo.

- 2) Asistir al menos al 80% de las clases.
- 3) Aprobar al menos 2 evaluaciones periódicas.

8. Cronograma de contenidos, actividades y evaluaciones parciales

Clase nº	día	Fecha	Tema
1	jueves	19-Ago	presentación
2	lunes	23-Ago	Unidad 1
3	jueves	26-Ago	Unidad 1
4	lunes	30-Ago	Unidad 2
5	jueves	02-Sep	Unidad 2
6	lunes	06-Sep	AP1 Debate Conducido
7	jueves	09-Sep	Unidad 2
8	lunes	13-Sep	Unidad 3
9	jueves	16-Sep	Unidad 3
10	lunes	20-Sep	Unidad 3
11	jueves	23-Sep	AP2:Entrega
12	lunes	27-Sep	Unidad 3
13	jueves	30-Sep	Unidad 3
14	lunes	04-Oct	Unidad 3
15	jueves	07-Oct	Unidad 4
16	lunes	11-Oct	feriado

17	jueves	14-Oct	Unidad 4
18	lunes	18-Oct	Unidad 4
19	jueves	21-Oct	AP3:Entrega I
20	lunes	25-Oct	Unidad 4
21	jueves	28-Oct	Unidad 4
22	lunes	01-Nov	Unidad 4
23	jueves	04-Nov	Unidad 4
24	lunes	08-Ene	Unidad 4
25	jueves	11-Nov	Unidad 4
26	lunes	15-Nov	Unidad 4
27	jueves	18-Nov	Unidad 4
28	lunes	22-Nov	Entrega Final
29	jueves	25-Nov	Coloquio
30	lunes	29-Nov	Coloquio

- Las clases se desarrollarán en 12 semanas.

9. Asignación y distribución de tareas de cada uno de los integrantes del equipo docente

Se hará el dictado en una comisión teórico/práctica

ANEXO I

Composición del equipo docente:

Apellido y Nombres	Título Prof.	Cgo	Ded	Carácter	Hs.doc	Hs.inv	Hs.ext	Hs.gest
MOREA, Francisco (profesor adjunto a Cargo)		3 A cargo	4	6	10			
BARILARO, Luciana		5	4	3	10			
POZZO, María del Carmen		5	4	6	10			
SANTAMARÍA Soledad		5	4	6	10			
OCAMPO, Jorge		5	4	7	10			
4 Cargos en trámite del grupo de Extensión Acompañando Emprendedores		5	4	7	10			

Cargo: Profesor: 1. Titular – 2. Asociado – 3. Adjunto

Auxiliar: 4. Jefe de Trabajos Prácticos – 5. Ayudante de Primera – 6. Ayudante de Segunda - 7. Becario

Dedicación: 1. Exclusiva – 3. Parcial – 4. Simple

Carácter: 1. Ordinario – 2. Regular – 3. Interino – 4. Libre – 5. Contratado – 6. Afectación – 7. Adscripto a la docencia – 8. Por convenio..

Cantidad de horas semanales dedicadas a docencia, investigación, extensión y/o gestión: Las horas dedicadas a Investigación, Extensión y Gestión se deberán repetir en todos los cursos.

TRABAJO DE INVESTIGACIÓN

Objetivos:

Generales

Dentro del marco de los objetivos de la asignatura, es objetivo de este trabajo que los alumnos ejerciten tareas de investigación mediante la búsqueda de información disponible útil para el emprendedor.

Específicos

- Realizar una búsqueda de información orientada a las herramientas de fomento para PYMES vigentes.
- Efectuar un análisis de cada herramienta y una evaluación de su aplicación.
- A partir del descubrimiento de las herramientas y del diagnóstico de su escasa difusión, se propone la publicación en página web de la facultad y la publicación en la prensa local de los resultados de la investigación para que la información llegue a la mayor cantidad de interesados posible.

Marco Conceptual

Los lineamientos teóricos tradicionales sobre la creación de empresas están relacionados con el planteo de Shapero (19778) sobre el evento empresarial.

Este autor plantea que el nacimiento de la empresa es el resultado de un proceso dado en un contexto determinado. Es la consecuencia de la influencia de factores culturales, económicos, sociológicos y psicológicos. En función a ello plantea un esquema con cuatro condiciones necesarias, pero no suficientes, para que un evento empresarial ocurra: desplazamiento, disposición a actuar, credibilidad y disponibilidad de recursos.

A partir de este modelo teórico se plantea las posibilidades de acción desde la capacitación y la formación para poder estimular la creación de empresas. De las condiciones que plantea Shapero la capacitación puede actuar sobre tres: credibilidad, recursos e información. Sobre la credibilidad presentando modelos de rol. Sobre la información, estimulando su búsqueda y facilitando su acceso. Y sobre los recursos las dificultades para acceder a ellos tienen su origen en la oferta y otras en la demanda, sobre estas puede estimular el curso ya que a veces estas dificultades pueden ser originadas en el desconocimiento de las fuentes disponibles. Sobre estos últimos aspectos se intenta abordar la investigación.

Aspectos metodológicos

El estudio se realiza para el Partido de General Pueyrredón en la Provincia de Buenos Aires, principalmente orientado a la ciudad de Mar del Plata, en el período de septiembre a diciembre 2010.

Se utilizan datos relevados en forma primaria por los alumnos en las mencionadas fuentes.

Metodología

1. A partir de la asignación de la temática a investigar, los alumnos deberán relevar e investigar las herramientas de fomento para Pymes vigentes en la actualidad, para el Partido de General Pueyrredón.
2. Deberán recurrir a distintas fuentes de información (Internet, Instituciones, Bancos, Ministerios, Institutos, etc.) las cuales deberán luego ser correctamente citadas.
3. Efectuar un análisis de cada herramienta en sus cuestiones formales y de implementación
4. realizar un relevamiento de empresarios para relevar la difusión y el alcance de las herramientas analizadas.
5. Efectuar una presentación escrita y una presentación oral de los resultados de trabajo.
6. Realizar una síntesis (abstract) de los resultados para ser publicados en la prensa local.
7. Realizar una adecuación de los resultados, para que la información esté relacionada, su acceso sea amigable y de fácil lectura, para presentarlo como recurso en la página de Internet de la facultad.

Actividades de la cátedra.

La cátedra actuará como un consultor externo que está a disposición de los grupos/ equipos de trabajo para la elaboración de los informes de avance. Se pueden realizar consultas individuales y/o colectivas sobre los aspectos que van surgiendo en el desarrollo del trabajo.

La cátedra, en función de la actividad de los grupos, va a realizar auditorías del trabajo si correspondieran. Las auditorías serán evaluadas.

El lugar para las exposiciones y reuniones de evaluación de los grupos/equipos de trabajo serán los días y en los horarios de las actividades presenciales. Para las otras actividades que demande el trabajo (Búsqueda de bibliografía, entrevistas, redacción de informes, mediciones, consultas a bibliotecas, etc.) deben ocuparse los días entre las actividades presenciales.

TRABAJO DE CAMPO

1. Estructura de las prácticas de investigación no presenciales.

En el período entre las clases presenciales se desarrollará un ejercicio de aplicación (trabajo de campo) a partir de los conceptos y de la bibliografía de la cátedra.

El objetivo consiste en aplicar los conocimientos a un caso real relevado y analizado por los alumnos, en grupos de no más de 4 personas.

El tiempo que se desarrollará el ejercicio es de 2 meses (ver cronograma) y en las últimas clases realizaremos un coloquio sobre los trabajos realizados.

2. Características y tiempos para la ejecución de las tareas.

1. Conformación de los grupos. Búsqueda de casos de creación de empresas (actual o pasado) de la ciudad de Mar del Plata.
2. Selección de un caso de creación de empresa. Plan de trabajo para la recopilación de información.
3. Recopilación y análisis de información del caso seleccionado, referente a Puntos 2.1 y 2.2
4. Recopilación y análisis de información del caso seleccionado, referente a Puntos 2.3, 2.4 y 2.5
5. Recopilación y análisis de información del caso seleccionado, referente a Puntos 3.1
6. Recopilación y análisis de información del caso seleccionado, referente a Puntos 3.2.y 3.3
7. Coloquio

3. Objetivos.

Abordar y discutir colectivamente (en el grupo de trabajo y después defenderlo públicamente) casos de creación de empresas en la ciudad de Mar del Plata a la luz de los conceptos aportados por la bibliografía propuesta.

Aplicar los elementos, conceptuales, analíticos, y habilidades desarrollados durante el curso.

Ejercitar tareas de investigación y el acercamiento a modelos de rol empresario emprendedor.

Puede proponer una estrategia de cambio, tiempos y resultados esperados como si el estudiante tuviera una participación activa en ese lugar (establecimiento u organización) donde se desarrolla el proceso.

4. Proceso de elaboración del trabajo.

Elegir una empresa en proceso de creación o ya formada. Analizar el proceso de creación de la empresa. Se debe tener acceso a la información y se recomienda entrevistar a los actores y/o protagonistas del proceso.

5. Formato del Trabajo de investigación.

Extensión máxima 10 hojas. Formato hoja A4, Letra Tahoma 12. Interlineado sencillo.

6. Actividades de la cátedra.

La cátedra actuará como un consultor externo que está a disposición de los grupos/ equipos de trabajo para la elaboración de los informes de avance. Se pueden realizar consultas individuales y/o colectivas sobre los aspectos que van surgiendo en el desarrollo del trabajo.

La cátedra, en función de la actividad de los grupos, va a realizar auditorias del trabajo si correspondieran. Las auditorias serán evaluadas.

El lugar para las exposiciones y reuniones de evaluación de los grupos/equipos de trabajo serán los días y en los horarios de las actividades presenciales.

Para las otras actividades que demande el trabajo (Búsqueda de bibliografía, entrevistas, redacción de informes, mediciones, consultas a bibliotecas, etc.) deben ocuparse los días entre las actividades presenciales.

