

UNIVERSIDAD NACIONAL DE MAR DEL PLATA
Facultad de Ciencias Económicas y Sociales

PLAN DE TRABAJO DOCENTE Ciclo Lectivo 2016

1. Datos del curso:

Carrera: Lic. En Administración		
Curso: Creación de Empresas		Código: 565
Carácter del Curso: Electiva obligatoria		
Area curricular a la que pertenece: Administración		Departamento: Administración
Año del plan de estudios 2005		
Ciclo, año y cuatrimestre de ubicación del curso: 2do. Cuatrimestre ***		
Carga horaria total del área curricular en el plan de estudios: 64		
Carga horaria total del curso asignada en el Plan de Estudios:		
1.-Carga horaria semanal* –presencial - de los alumnos: 8 horas**		
2.-Distribución de la carga horaria presencial de los alumnos:		
Teóricas	Prácticas	Teórico - práctica
		8

* La duración prevista es de 12 semanas.

** Incluye una hora semanal para la realización del Plan de Empresa. Se deben sumar **8 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 Recursos Humanos, Administración de Operaciones, Administración de la Comercialización y Decisiones Financieras de Corto Plazo.**

Relación docente - alumnos:

1. Alumnos inscriptos el año anterior	78				
2. Alumnos que promocionaron el año anterior	69				
3. Alumnos que abandonaron	9				
4. Alumnos recursantes (1-2-3)	0				
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	2	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

- a) Valorar el papel que desempeñan las pequeñas y medianas empresas (Pymes) en el desarrollo económico regional.
- b) Identificar los factores de personalidad y acción que distinguen a los emprendedores
- c) 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.
- d) Visualizar la creación de una empresa propia como herramienta para generar autoempleo y puestos de trabajo para la comunidad.
- e) 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.
- f) 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 - 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

Unidad 4 - EL EMPRENDEDOR Y SU EQUIPO

- 4.1 La teoría de emprendedores
- 4.2 Características personales de un emprendedor
- 4.3 Tipos de emprendedores

Bibliografía

Unidad 1 - INTRODUCCIÓN

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.

Genero de Rearte, Liseras, Graña y Baltar (2006) *Los graduados universitarios y la generación de emprendimientos innovadores*, publicado en *La formación de emprendedores como clave para el desarrollo*. Ed Suarez, Mar del Plata, pag 11 a 50

- Irigoyen, H.A. (1999) *La incubación de empresas y empresarios*. Desarrollo y Gestión, pp.47-58.
- 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.
- Sainz Alfredo, (2012) *Vencer a las Multis* Ed. Planeta

Unidad 2 - 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.

Unidad 3 - LA IDEA DE CREAR UNA EMPRESA

- Bakchellian Eduardo, *El error de ser argentino*, Ed. Galerna Cap II, III y IV
- 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.
- Querio Federico (2006) *Notas sobre inteligencia en economías turbulentas*. 1º Ed. Buenos Aires Cap 3
- Sainz Alfredo (2012); *Vencer a las Multis*, Ed. Planeta.

Unidad 4 - 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 Martinez, 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 Garcia, 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 empresa 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.
- 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

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.

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.

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 realizarán un relevamiento de una empresa (existente o por crearse) y conformarán un diagnóstico sobre la base de la bibliografía dada.

Los integrantes de la cátedra serán consultores de los equipos para la confección del trabajo y realizará auditorías 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 75% de las clases.

3) Aprobar al menos 2 de las 3 evaluaciones periódicas.

8. Cronograma de contenidos, actividades y evaluaciones parciales

Clase nº	día	Tema
1	lunes	presentación
2	jueves	Creatividad
3	lunes	Plan de negocios

4	jueves	creatividad
5	lunes	Unidad 2: Descripción del proyecto
6	jueves	Unidad 2: Plan de marketing
7	lunes	Unidad 2: 1º entrega
8	jueves	AP1: Exposición
9	lunes	feriado
10	jueves	AP2 entrega perfil empresario
11	lunes	AP1: Exposición
12	jueves	AP1: Exposición
13	lunes	Unidad 2: Plan econm. Fin
14	jueves	Unidad 2: Seguimiento
15	lunes	feriado
16	jueves	Unidad 2: Inversiones-Financiamiento
17	lunes	Unidad 2: Estado Rtdos-Flujos
18	jueves	Unidad 2: Seguimiento
19	lunes	Unidad 2: 2º entrega
20	jueves	Unidad 2: Seguimiento
21	lunes	Unidad 3
22	jueves	Unidad 3
23	lunes	AP3: test de lectura
24	jueves	Unidad 4
25	lunes	Unidad 4
26	jueves	Entrega Final Plan de empresa
27	lunes	feriado
28	jueves	Coloquio
29	lunes	Coloquio
30	jueves	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

10- . RENDIMIENTO ACADÉMICO DE LOS ALUMNOS EN EL CURSO INMEDIATO ANTERIOR:

Conceptos	Método A (sin descontar ausentes)		Método B (descontando ausentes)	
	Valores Absolutos	Porcentual	Valores Absolutos	Porcentual
Total Inscriptos	68	100%		
Ausentes	1	%		
Subtotal sin ausentes			67	100%
Promocionados	67	%	67	100%
Pendientes de Examen Final	0	%	0	0%
Desaprobados	0	%	0	0%
Pendientes de Examen Habilitante	0	%	0	0%

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	2	12	20		8
BARILARO, Luciana		5*	4	3	12			
POZZO, María del Carmen		5	4	2	12			

***con licencia**

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.