

	Contenidos Programáticos	Código	FGA-23 v.01
		Página	1 de 4

FACULTAD:

PROGRAMA:

ASIGNATURA: CÓDIGO:

REQUISITOS: CORREQUISITO:

CRÉDITOS: TIPO DE CURSO:

JUSTIFICACIÓN

La Constitución colombiana plantea el empleo y la educación como derechos fundamentales para los ciudadanos, Éstos son garantía para generar condiciones de vida dignas y facilitar el desarrollo económico y social del país, en condiciones de equidad y de bienestar general.

En este marco surge la Ley 1014 de 2006, desarrollada bajo la premisa de una correlación entre una oferta pública educativa de calidad, la demanda de trabajo calificado en contextos altamente competitivos, la promoción socio-ocupacional, la estabilidad social y el crecimiento económico.

Esta Ley, regula la promoción del emprendimiento en las instituciones educativas del país bajo los principios y valores establecidos por la Constitución del 91, con ella se vincula el sistema educativo y el sistema productivo a través de la formación en competencias básicas, laborales, ciudadanas y empresariales.

Por lo tanto, la asignatura del Medio como Empresa busca reforzar los conocimientos adquiridos a largo de la línea curricular de comunicación corporativa integrada en el plan de estudios del programa y la aplicación práctica de estos a través de la formulación de un plan de negocio enfocado a las áreas de la comunicación, para generar en los estudiantes una cultura del emprendimiento que propicie el desarrollo económico de la región.

OBJETIVO GENERAL

OBJETIVOS ESPECÍFICOS

- Analizar el contexto de la realidad socio-económica y laboral de la región.
- Apropiar el concepto de Empresa y la Definición Empresas de Comunicación social.
- Conocer los tipos de Empresas de comunicación social, Consultoras y agencias de medios y publicidad existentes a nivel regional y nacional.
- Considerar el emprendimiento como proyecto de vida.

	Contenidos Programáticos	Código	FGA-23 v.01
		Página	2 de 4

- Definir teóricamente el concepto de idea de negocio, e Identificar una que se ajuste al contexto regional y municipal.
- Desarrollar práctica y teóricamente los conceptos planteados desde la planeación estratégica, sus componentes y herramientas para la aplicación y toma de decisiones.
- Conocer y aplicar los lineamientos y metodología de trabajo para abordar el estudio de mercado de la idea de negocio.
- Ampliar los conocimientos en cuanto a la Imagen e identidad visual corporativa y aplicarlos a sus ideas de negocio.
- Conocer las diferentes incubadoras de empresas y fuentes de financiación, existentes en la región, que pueden apalancar las ideas de negocio.
- Realización de una feria empresarial.

COMPETENCIAS

Al finalizar el estudiante estará en capacidad de:

- Reconocer la importancia del emprendimiento como opción para la generación de mayores oportunidades en el desempeño profesional.
- Manejar la parte teórica conceptual en lo relacionado a la creación de una empresa a partir del dominio de un Plan de Negocios donde podrá sabrá consignar el análisis a los estudios técnicos, legales, de mercadeo y estructurales necesarios para iniciar una empresa.
- Crear su propia empresa en cualquier área de la Comunicación Social.

UNIDAD 1: ¿CUÁL ES EL ENTORNO LABORAL EN LA ACTUALIDAD, QUE OPORTUNIDADES LABORALES SE ENCUENTRAN Y CUÁL ES LA COMPETENCIA EXISTENTE EN EL MERCADO PARA LOS COMUNICADORES?

TEMA	HORAS DE CONTACTO DIRECTO	HORAS DE TRABAJO INDEPENDIENTE DEL ESTUDIANTE
Concepto de Empresa Tipología de empresas en Colombia Evolución de Modelo de Empresa	2	4
Conocimiento de Empresas Periodísticas, Consultoras, agencias de medios y publicidad a nivel regional y local. (Mapeo Organizacional)	2	6
Emprendimiento Empresarial	2	4

	Contenidos Programáticos	Código	FGA-23 v.01
		Página	3 de 4

UNIDAD 2 ¿CUÁLES SON LAS BASES PARA LA CONSOLIDACIÓN Y PUESTA EN MARCHA DE IDEA DE NEGOCIO DE EMPRENDIMIENTO?

TEMA	HORAS DE CONTACTO DIRECTO	HORAS DE TRABAJO INDEPENDIENTE DEL ESTUDIANTE
El emprendimiento como proyecto de vida	2	4
Perfil y competencias del emprendedor	2	2
Taller Ideas innovadoras	2	2
Identificación de ideas de negocio	4	8
Consolidación de Ideas de Negocio	2	4
Plan de Negocio	6	10
Taller Los siete hábitos de la Gente altamente Efectiva de Stepeh Covey	2	10

UNIDAD 3 ¿CÓMO APLICAR Y EJECUTAR LA IDEA DE NEGOCIO INCORPORANDO LOS CONOCIMIENTOS Y PROCESOS ORGANIZACIONALES

TEMA	HORAS DE CONTACTO DIRECTO	HORAS DE TRABAJO INDEPENDIENTE DEL ESTUDIANTE
Identidad Corporativa, aplicada a las empresas creadas por los estudiantes	2	4
Construcción del Manual de Identidad Corporativa: Creación de Elementos de imagen y cultura organizacional, y elaboración del documento	4	12
Creación Portafolio de Servicios	2	4
Desarrollo y Aplicación de Servicios a empresas de la región.	2	2
Lanzamiento Empresarial y Muestra de los servicios Organizacionales ejecutados	4	4

METODOLOGIA

Aplicación de una metodología constructivista. Esta metodología plantea necesariamente que se desplieguen situaciones para la transmisión práctica del conocimiento.

	Contenidos Programáticos	Código	FGA-23 v.01
		Página	4 de 4

SISTEMA DE EVALUACIÓN

Se tendrá en cuenta lo estipulado por la universidad: Primer Parcial 35% 20% examen escrito 15% talleres. Segundo parcial 35% 20% examen escrito 15% talleres Tercer parcial 30% Trabajo de campo: 20 y 15%

BIBLIOGRAFÍA BÁSICA

- ARIEU, A. 2003. La Educación de los emprendedores: Un comentario acerca de los contenidos formativos y el rol de la Universidad. Congreso Provincial Emprendedorismo y Desarrollo Local. Pigüe, Argentina.
- BERGER, P. y LUCKMAN, T. 1984. La construcción social de la realidad. Amorrortu. Buenos Aires. Capítulo II.
- CASABURI, G. y ANGELELLI, P. 2001. Estrategias de apoyo a las micro, pequeñas y medianas empresas. Ed. Eudeba – PNUD.
- CASTILLO, A. 1999. Estado del arte en la enseñanza del emprendimiento. Programa Emprendedores como creadores de riqueza y desarrollo regional.

- DEHTER, M. 2001. a. Cultura Emprendedora. Programa Permanente de Capacitación para Dirigentes.
- DEHTER, M. 2001. b. El factor histórico en el desarrollo local Programa Permanente de Capacitación para Dirigentes..
- DEHTER, M. 2001. c. El ser emprendedor: Modelo para desarrollar comportamiento emprendedor individual y corporativo. Programa Permanente de Capacitación para Dirigentes.
- DRUCKER, P. 1985. La Innovación y el empresario innovador. Ed. Edhasa.
- SANCHEZ, C. R. 2003. ¿Quiénes son los actores del desarrollo local? Curso de gestión del desarrollo local – FODEPAL. Facultad Latinoamericana de Ciencias Sociales.
- SAPAG CHAIN, N. y SAPAG CHAIN R. 2000. Preparación y Evaluación de Proyectos. Ed. Mc Graw Hill

BIBLIOGRAFÍA COMPLEMENTARIA

- J. Costa, “Imagen Global. Evolución del diseño de identidad”, Ediciones CEAC, 1987.
- J. Villafañe, “La gestión profesional de la imagen corporativa”, Pirámide, 1999.
- P. Capriotti, “Planificación estratégica de la imagen corporativa”, Ariel, 1999.
- O. Aicher, “El mundo como proyecto”, Gustavo Gili, 1994.
- N. Mínguez Arranz, “Un marco conceptual para la comunicación corporativa”, Zer: Revista de estudios de comunicación, nº7, diciembre 1999.

	Contenidos Programáticos	Código	FGA-23 v.01
		Página	5 de 4

DIRECCIONES ELECTRÓNICAS DE APOYO AL CURSO

- D'ANNUNZIO M. C. MOYANO R. y RABAGO, P. L. 2002. Empresarialidad en Economías Emergentes La creación de empresas en el marco del Desarrollo Local. Jornada emprendedora. Universidad Nacional del Centro. Disponible en <http://www.econ.unicen.edu.ar/investigacion/Jornada%20Emprendedora%202002.pdf>.
- Los Microemprendimientos Productivos: Del Desempleo a la Ocupación. Disponible en <http://www.ecoport.net/articulos/microemp.htm>.
- FERREIRA LEITE, E. 2000. El fenómeno del emprendedorismo (proceso de emprendimiento) y la incubación de empresas – Creando riquezas. Universidad Central de Venezuela. Disponible en <http://www.infomipyme.com/Docs/DO/Offline/emprendedorismo.pdf>.
- GARZÓN CASTRILLÓN, M. A. 2003. El programa intraemprendedor y la búsqueda del cambio de actitudes para impulsar la innovación empresarial". Disponible en www.gestiopolis.com/recursos/documentos/fulldocs/emp/intrapreneur.htm.
- THOMASON, R. 2002. Jóvenes empresarios: las estrellas más brillantes de las Américas y del Caribe. Disponible en <http://www.ybiz.com/aybizweb/aboutyabt/brochurespdf.PDF>.