

	Contenidos Programáticos Programas de Pregrado	Código	FGA-23 v.03
		Página	Página 1 de 12

FACULTAD: CIENCIAS ECONÓMICAS Y EMPRESARIALES

PROGRAMA: ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS

DEPARTAMENTO DE: ADMINISTRACIÓN

CURSO: **CÓDIGO:**

ÁREA:

REQUISITOS: **CORREQUISITO:**

CRÉDITOS: **TIPO DE CURSO:**

FECHA ÚLTIMA ACTUALIZACIÓN

JUSTIFICACIÓN

La globalización ha hecho que el empresario y el emprendedor este en constante planeación es por eso que los planes de negocio, son un recurso importante para las empresas creadas y en planes de formación.

La planificación es fundamental para iniciar con éxito y construir un negocio. Los planes de negocio son esenciales para la puesta en marcha de las empresas, las empresas establecidas y las empresas que buscan financiación para la expansión y el crecimiento. Cualquier empresario que invierte una cantidad significativa de tiempo, dinero y recursos en una oportunidad de negocio debe considerar la creación de un plan de negocios. Ya que permitiría tomar decisiones a inversionistas, contribuir a labúsqueda de socios, permitir alianzas estratégicas y de guía para el desarrollo de operaciones.

OBJETIVO GENERAL

Diseñar organizadamente un plan de negocio que estimule la creación o la expansión de una unidad productiva.

OBJETIVOS ESPECIFICOS

- Describir el modelo de negocio al cual se le va a realizar la planificación respectiva.
- Analizar la competitividad del modelo de negocio aplicado.
- Diseñar detalladamente el proceso productivo del negocio en planeación.
- Diseñar el plan de marketing acorde a las necesidades del mercado.
- Estructurar la parte organizacional y gerencia.
- Planear desde el punto de vista financiero el negocio en curso.

	Contenidos Programáticos Programas de Pregrado	Código	FGA-23 v.03
		Página	Página 2 de 12

COMPETENCIAS

<ul style="list-style-type: none"> • Identificar, analizar y resolver problemas • Capacidad de comunicación oral y escrita • Capacidad para describir la complejidad de las organizaciones y actuar en entornos dinámicos y complejos con el fin de alcanzar su desarrollo. • Capacidad para describir la complejidad de las organizaciones y actuar en entornos dinámicos y complejos con el fin de alcanzar su desarrollo • Administra la innovación, ejerce el liderazgo y el espíritu emprendedor en la gestión de negocios para el logro de los objetivos, de diversa naturaleza que se dan en su entorno. • Capacidad para el desarrollo del auto - aprendizaje y actualización permanente como medio de crecimiento personal. • Posee capacidad para comprender y conducirse en entornos multiculturales • Propicia el trabajo en equipo dentro de la organización para lograr la participación de los miembros en pos de un objetivo común. • Utiliza su espíritu emprendedor, es decir adopta un punto de vista empresarial y social y no puramente administrativo • Saber autoevaluarse para conocer el impacto de sus estilos gerenciales y la identificación de metas personales para mejorar la calidad de su contribución a su institución o empresa. • Saber adaptarse al cambio y tener una visión estratégica para innovar o para desarrollar nuevas oportunidades de negocio. <p>RAP 4: Proponer estrategias de mejoramiento en las áreas organizacionales</p>
--

UNIDAD 1 GENERALIDADES SOBRE EL PLAN DE NEGOCIOS.

TEMA	HORAS DE CONTACTO DIRECTO	HORAS DE TRABAJO INDEPENDIENTE DEL ESTUDIANTE
¿Por qué crear un plan de negocios?	8	4
Consejos para poder escribir un plan de negocios.		
Funciones de un plan de negocio.		
Información presentada en un plan de negocio.		

UNIDAD 2. DESCRIPCIÓN Y ANÁLISIS DE COMPETITIVIDAD DEL MODELO DE NEGOCIO

TEMA	HORAS DE CONTACTO DIRECTO	HORAS DE TRABAJO INDEPENDIENTE DEL ESTUDIANTE
Descripción del tipo de innovación.	20	10
Propuesta de Valor.		
Segmentos de clientes.		

	Contenidos Programáticos Programas de Pregrado	Código	FGA-23 v.03
		Página	Página 3 de 12

Canales de Distribución.		
Estrategias de relacionamiento y fidelización de Clientes.		
Descripción de actividades Clave del Modelo de Modelo de Negocio.		
Descripción de Recursos Clave para el Modelo de Modelo de Negocio.		
Proyección de estructura de Costos.		
Proyección de Flujo de Ingresos.		
Aliados Estratégicos		
Matriz CANVAS.		
Análisis de competitividad		
Análisis del Sector y entorno empresarial al que pertenece el modelo de negocio desde la perspectiva Local, Regional, Nacional o Internacional.		
Análisis del Mercado a Nivel Local, Regional, Nacional o Internacional.		
Análisis de la Competencia a Nivel Local, Regional, Nacional o Internacional.		

UNIDAD 3. DISEÑO DEL PROCESO PRODUCTIVO

TEMA	HORAS DE CONTACTO DIRECTO	HORAS DE TRABAJO INDEPENDIENTE DEL ESTUDIANTE
Diseño del proceso productivo y plan de marketing.		
Descripción del Producto o Servicio.	20	10
Esquema y/o mapa del Proceso Productivo.		
Distribución de las áreas de trabajo.		
Plan de Producción y Cronograma de Implementación del plan de negocios.		
Plan de Necesidades, requerimientos, licencias.		
Perfil del cliente y/o segmento de Clientes		
Diseño y posicionamiento de Marca y líneas de productos servicios.		
Estrategias de Distribución y plan de ventas.		
Estrategias de Captación, Fidelización y Servicio de Clientes		
Políticas de precios, promociones y Cartera.		

	Contenidos Programáticos Programas de Pregrado	Código	FGA-23 v.03
		Página	Página 4 de 12

Estrategias de Aprovechamiento.		
Plan de Medios.		
Estrategias de Networking Local, Regional, Nacional o Internacional.		
Presupuesto Plan de Marketing.		

UNIDAD 4. ESTRUCTURA ORGANIZACIONAL Y PLANEACIÓN FINANCIERA.

TEMA	HORAS DE CONTACTO DIRECTO	HORAS DE TRABAJO INDEPENDIENTE DEL ESTUDIANTE
Capacidades y Oportunidades de la Empresa análisis interno y externo (DOFA)	16	8
Organigrama, Misión, Visión y Objetivos.		
Recursos humanos manual de funciones, proceso de reclutamiento, contratación, entrenamiento y selección.		
Descripción de Procesos de Comunicación interna de la empresa.		
Descripción de Estrategias de Aseguramiento de la Información de la Empresa - Software.		
Estructura de Costos.		
Proyección de ingresos.		
Flujo de efectivo.		
Balance.		
Indicadores de evaluación.		
Financiera.		

METODOLOGÍA

Las horas de acompañamiento directo de los cursos se realizarán de manera presencial. Durante el desarrollo de la temática se aplicará actividades como:

- Método expositivo.
- Proyecto de aula.
- Método aprendizaje basado en problemas.

Herramientas pedagógicas y didácticas:

- Casos aplicados, proyectos de aula.
- Herramientas digitales.
- Clases interactivas (clases en video, entrega anterior de pdf).
- Participación en actividades de emprendimiento.

	Contenidos Programáticos Programas de Pregrado	Código	FGA-23 v.03
		Página	Página 5 de 12

SISTEMA DE EVALUACIÓN

Según reglamentación vigente Universidad de Pamplona:
 De tipo cuantitativo. 1°, 2° y 3° Parciales programados por la Universidad para medir el cambio en el aprendizaje. De tipo cualitativo: Se evaluará el interés y la disposición para trabajar en equipo.
 Ejercicios, investigaciones y quices.
 De acuerdo a las disposiciones reglamentarias vigentes de la Universidad de Pamplona.

1. Primer parcial

1.1. Evaluación Escrita	20%
1.2. Quices, trabajos	15%

2. Segundo parcial

2.1 Evaluación Escrita	20%
2.2 Quices, trabajos	15%

3. Tercer parcial

3.1 Evaluación Escrita	20%
3.2 Quices, trabajos	10%

BIBLIOGRAFÍA DISPONIBLE EN UNIDAD DE RECURSOS BIBLIOGRÁFICOS DE LA UNIVERSIDAD DE PAMPLONA

ABRAMS, R. (2003). El éxito de un plan de negocios: Secretos y Estrategias. BORELLO, A. (1994). *El plan de negocios*. Ediciones Díaz de Santos.

Camisón Zornoza, C., & Gómez Gras, J. (2018). <i>Diagnóstico del Espíritu Emprendedor y la actitud ante el emprendimiento de los jóvenes preuniversitarios de la Comunidad Valenciana</i>. Publicaciones de la Universidad de Valencia (PUV). <https://www-digitaliapublishing-com.unipamplona.basesdedatosezproxy.com/a/62522>

Hernández Contreras, F. (2013). <i>Negocios internacionales: modelo integral para impulsar a las empresas locales en el proceso de internacionalización</i>. Plaza y Valdés. <https://www-digitaliapublishing-com.unipamplona.basesdedatosezproxy.com/a/52572>

Molina Morejon, V. (2014). <i>Modelo de negocios e innovación: experiencias del laboratorio de competitividad de las pyme</i>. Plaza y Valdés. <https://www-digitaliapublishing-com.unipamplona.basesdedatosezproxy.com/a/52568>

Moreno Castro, T. (2016). Emprendimiento y plan de negocio. Ril editores. <https://www-digitaliapublishing-com.unipamplona.basesdedatosezproxy.com/a/42633>

(2017). El emprendimiento: una aproximación internacional al desarrollo económico. Martínez García, J., Laviada Francisco, A., & Borrás Atiénzar, F.. (Eds.). Ediciones Universidad de Cantabria. <https://www-digitaliapublishing-com.unipamplona.basesdedatosezproxy.com/a/49688>

MARIOTTI, S., & Glackin, C. (2007). *Entrepreneurship: Starting and operating a*

	Contenidos Programáticos Programas de Pregrado	Código	FGA-23 v.03
		Página	Página 6 de 12

small business. Upper Saddle River, NJ: Pearson Prentice Hall.

Schnarch, A. (2014). *Emprendimiento exitoso: Cómo mejorar su proceso y gestión*. Ecoe Ediciones. <https://www-digitiapublishing-com.unipamplona.basesdedatosezproxy.com/a/47149>

PINZÓN, L., & Jinnette, J. (2003). Anatomía de un Plan de Negocios. *Chicago: Dearborn Tarde*.

VINIEGRA, S. (2007). *Entendiendo el plan de negocios*. Lulu. com.

BIBLIOGRAFÍA COMPLEMENTARIA

BREUER, H. (2013). Lean venturing: Learning to create new business through exploration, elaboration, evaluation, experimentation, and evolution. *International Journal of Innovation Management*, 17(03), 1340013.

CASTAÑEDA, L. (2005). *Implementación arte de convertir los planes de negocios en resultados rentables*. Panorama Editorial.

FERNÁNDEZ-Saliner Miguel, C. (1999). El diseño de un plan de formación como estrategia de desarrollo empresarial: estructura, instrumentos y técnicas. *Revista Complutense de Educación*, 10(1), 181-242.

FINCH, B. (2001). *Cómo desarrollar un plan de negocios*. Gedisa SA.

MAITLAND, I. (1998). *Planes eficaces de negocios en una semana*.

Panorama
Editorial SA De CV

SÁNCHEZ LOZANO, A., & Cantú Delgado, H. (1993). El plan de negocios de emprendedor. *Editorial McGraw-Hill. México*.

SAHLMAN, W. A. (1997). How to write a great business plan. *Harvard business review*, 75(4), 98-109.

SIEGEL, E. S., & Ford, B. R. (1994). *El plan empresarial: la guía de Ernst & Young*. Ediciones Díaz de Santos.

THOMSEN, M. (2009). *El plan de negocios dinámico*. Thomsen Business Information.

	Contenidos Programáticos Programas de Pregrado	Código	FGA-23 v.03
		Página	Página 7 de 12

DIRECCIONES ELECTRÓNICAS DE APOYO AL CURSO

<p>Entendiendo El Plan de Negocios - Sergio Viniegra - Google Libros</p> <p>2019_centro_adulto_mayor.pdf (ucc.edu.co)</p> <p>PLAN DE NEGOCIOS - Luis Enrique Moyano Castillejo - Google Libros</p> <p>El Plan de Negocios Dinámico - Mogens Thomsen - Google Libros</p> <p>act_19_Formato_plan_de_Negocios-libre.pdf (d1wqtxts1xzle7.cloudfront.net)</p> <p>Plan de negocios: la estrategia inteligente - Richard Stutely - Google Libros</p> <p>Vista de MODELO PARA LA ELABORACIÓN DE UN PLAN DE NEGOCIOS PARA LAS EMPRESAS PEQUEÑAS Y MEDIANAS (icesi.edu.co)</p>



Contenidos Programáticos Programas de Pregrado

Código

FGA-23 v.03

Página

Página 8 de 12

UNIDAD No.1

NOMBRE DE LA UNIDAD: GENERALIDADES SOBRE EL PLAN DE NEGOCIOS.

COMPETENCIAS A DESARROLLAR

CONTENIDOS	ACTIVIDADES A DESARROLLAR POR EL PROFESOR	HORAS CONTACTO DIRECTO	ACTIVIDADES A DESARROLLAR POR EL ESTUDIANTE	HORAS TRABAJO INDEPENDIENTE	HORAS ACOMPAÑAMIENTO AL TRABAJO INDEPENDIENTE	ESTRATEGIAS DE EVALUACIÓN QUE INCLUYA LA EVALUACIÓN DEL TRABAJO INDEPENDIENTE
¿Porqué crear un plan de negocios? Consejos para poder escribir un plan de negocios. Funciones de un plan de negocio. Información presentada en un plan de negocio.	Clase Magistral Investigación Formativa Presentación de problemas	8	Taller	4	2	Entrega de taller

UNIDAD No.2

NOMBRE DE LA UNIDAD: DESCRIPCIÓN Y ANÁLISIS DE COMPETITIVIDAD DEL MODELO DE NEGOCIO

COMPETENCIAS A DESARROLLAR

CONTENIDOS	ACTIVIDADES A DESARROLLAR POR EL PROFESOR	HORAS CONTACTO DIRECTO	ACTIVIDADES A DESARROLLAR POR EL ESTUDIANTE	HORAS TRABAJO INDEPENDIENTE	HORAS ACOMPAÑAMIENTO AL TRABAJO INDEPENDIENTE	ESTRATEGIAS DE EVALUACIÓN QUE INCLUYA LA EVALUACIÓN DEL TRABAJO INDEPENDIENTE
Descripción del Tipo de Innovación. Propuesta de Valor.	Clase Magistral Investigación Formativa Presentación de problemas	20	Taller	10	5	Entrega de taller



Contenidos Programáticos Programas de Pregrado

Código

FGA-23 v.03

Página

Página **9** de **12**

<p>Segmentos de clientes.</p> <p>Canales de Distribución. Estrategias de relacionamiento y fidelización de Clientes.</p> <p>Descripción de actividades Clave del Modelo de Modelo de Negocio.</p> <p>Descripción de Recursos Clave para el Modelo de Negocio.</p> <p>Proyección de estructura de Costos</p>						
---	--	--	--	--	--	--

UNIDAD No.3

NOMBRE DE LA UNIDAD: DISEÑO DEL PROCESOS PRODUCTIVO

COMPETENCIAS A DESARROLLAR

CONTENIDOS	ACTIVIDADES A DESARROLLAR POR EL PROFESOR	HORAS CONTACTO DIRECTO	ACTIVIDADES A DESARROLLAR POR EL ESTUDIANTE	HORAS TRABAJO INDEPENDIENTE	HORAS ACOMPAÑAMIENTO AL TRABAJO INDEPENDIENTE	ESTRATEGIAS DE EVALUACION QUE INCLUYA LA EVALUACION DEL TRABAJO INDEPENDIENTE
<p>Diseño del proceso productivo y plan de marketing.</p> <p>Descripción del Producto o Servicio.</p> <p>Esquema y/o mapa del Proceso Productivo.</p> <p>Distribución de las áreas de trabajo.</p>	<p>Clase Magistral Investigación Formativa Presentación de problemas</p>	20	Taller	10	5	Entrega de taller



Contenidos Programáticos Programas de Pregrado

Código

FGA-23 v.03

Página

Página **10** de **12**

<p>Plan de Producción y Cronograma de Implementación del plan de negocios.</p> <p>Plan de Necesidades, requerimientos, licencias.</p> <p>Perfil del cliente y/o segmento de Clientes</p> <p>Diseño y posicionamiento de Marca y líneas de productos servicios. Estrategias de Distribución y plan de ventas.</p> <p>Estrategias de Captación, Fidelización y Servicio de Clientes</p> <p>Políticas de precios, promociones y Cartera.</p> <p>Estrategias de Aprovisionamiento.</p>						
--	--	--	--	--	--	--



Contenidos Programáticos Programas de Pregrado

Código

FGA-23 v.03

Página

Página 11 de 12

UNIDAD No.4

NOMBRE DE LA UNIDAD: ESTRUCTURA ORGANIZACIONAL Y PLANEACIÓN FINANCIERA

COMPETENCIAS A DESARROLLAR

CONTENIDOS	ACTIVIDADES A DESARROLLAR POR EL PROFESOR	HORAS CONTACTO DIRECTO	ACTIVIDADES A DESARROLLAR POR EL ESTUDIANTE	HORAS TRABAJO INDEPENDIENTE	HORAS ACOMPAÑAMIENTO AL TRABAJO INDEPENDIENTE	ESTRATEGIAS DE EVALUACIÓN QUE INCLUYA LA EVALUACIÓN DEL TRABAJO INDEPENDIENTE
<p>Capacidades y Oportunidades de la Empresa análisis interno y externo (DOFA)</p> <p>Organigrama, Misión, Visión y Objetivos.</p> <p>Recursos humanos manual de funciones, proceso de reclutamiento, contratación, entrenamiento y selección.</p> <p>Descripción de Procesos de Comunicación interna de la empresa.</p> <p>Descripción de Estrategias de Aseguramiento de la Información de la Empresa - Software. Estructura de Costos</p> <p>Proyección</p>	<p>Clase Magistral Investigación Formativa Presentación de problemas</p>	8	Taller	16	4	Entrega de taller



Contenidos Programáticos Programas de Pregrado

Código

FGA-23 v.03

Página

Página 12 de 12

de ingresos						
Flujo de efectivo						
Indicadores de evaluación Financiera						