



ACADEMIA DE MERCADOTECNIA						
I	NOMBRE DE LA MATERIA	DESARROLLO DE EMPRENDEDORES				
	TIPO DE ASIGNATURA	Curso – Taller	CLAVE	15113		
II	CARRERA	Licenciatura En Administración				
	ÁREA DE FORMACIÓN	Especializante Obligatoria				
III	PRERREQUISITOS					
IV	CARGA GLOBAL TOTAL	80	TEORÍA	40	PRÁCTICA	40
V	VALOR EN CRÉDITOS	8				
FECHA DE CREACIÓN		PROFESORES PARTICIPANTES				
FECHA DE ÚLTIMA MODIFICACIÓN	03-07-2023	PROFESORES PARTICIPANTES	Marcia Leticia Márquez Hernández			
FECHA DE EVALUACIÓN						

## VI. FUNDAMENTACIÓN

La asignatura de Desarrollo de Emprendedores agrupa y aplica los conocimientos adquiridos en otras asignaturas, desarrollando el espíritu emprendedor para la creación de estrategias de negocios que proporcionen ventajas competitivas. Se abordan temas como habilidades del emprendedor, ética y valores, creatividad e innovación para iniciar en el ámbito empresarial de la micro, pequeña y mediana empresa.

### OBJETIVOS PARTICULARES:

UNIDAD I. Conceptos básicos del emprendedor. Objetivo particular de la unidad: Conocer los principales conceptos para generar cultura de emprendedores para la creación de una empresa con un enfoque ético y de responsabilidad social.

UNIDAD II. Fundamentos de propiedad intelectual. Objetivo particular de la unidad: Identificar los principales fundamentos de la propiedad intelectual, que deberá aplicar en su plan de negocios. Con fundamento en las obligaciones de la organización.

UNIDAD III. Elaboración del plan de negocio o proyecto de empresa. Objetivo particular de la unidad: Formular un plan de empresa viable para satisfacer necesidades en el mercado.

UNIDAD IV. Selección y presentación de ideas. Objetivo particular de la unidad: Formular mediante la selección y presentación de ideas, las características principales de su empresa.

UNIDAD V. Mercado. Objetivo particular de la unidad: Desarrollar los principales elementos del mercado, apoyándose en la mercadotecnia e investigación de mercados, que requiere un plan de negocios.



# UNIVERSIDAD DE GUADALAJARA

## CENTRO UNIVERSITARIO DE LOS LAGOS

DIVISIÓN DE ESTUDIOS DE LA CULTURA REGIONAL  
DEPARTAMENTO DE CIENCIAS SOCIALES Y DEL DESARROLLO ECONÓMICO

UNIDAD VI. Áreas operativas. Objetivo particular de la unidad: Conocer las diversas áreas funcionales de la organización, para desarrollar de manera óptima el plan de negocios.

UNIDAD VII. Presentación del proyecto. Objetivo particular de la unidad: Formular un plan de empresa viable para satisfacer necesidades en el mercado.

### **VII. CONTENIDO TEMÁTICO**

**UNIDAD I. Conceptos básicos de emprendedor**

**UNIDAD II. Fundamentos de propiedad intelectual**

**UNIDAD III. Elaboración del plan de negocio o proyecto de empresa**

**UNIDAD IV. Selección y presentación de ideas**

**UNIDAD V. Mercado**

**UNIDAD VI. Áreas operativas**

**UNIDAD VII. Presentación del proyecto**

**UNIDAD I. Conceptos básicos de emprendedor**



# UNIVERSIDAD DE GUADALAJARA

## CENTRO UNIVERSITARIO DE LOS LAGOS

DIVISIÓN DE ESTUDIOS DE LA CULTURA REGIONAL  
DEPARTAMENTO DE CIENCIAS SOCIALES Y DEL DESARROLLO ECONÓMICO

- 1.1 La innovación
- 1.2 Habilidades del individuo como emprendedor
- 1.3 La importancia de iniciar un negocio y su comparación con la compra de un negocio ya establecido
- 1.4 Marco socio económico y su impacto en las empresas
- 1.5 Trabajo en equipo
- 1.6 Ética y Valores

### **UNIDAD II. Fundamentos de propiedad intelectual.**

- 2.1. Antecedentes Generales
- 2.2 Marco Jurídico
- 2.3 Marcas y Patentes
- 2.4 Procedimientos de registro de la propiedad intelectual
- 2.5 La defensa de la propiedad intelectual
- 2.6 Contratos de protección

### **UNIDAD III. Elaboración del plan de negocio o proyecto de empresa**

- 3.1 Concepto de plan de negocio
- 3.2 Ventajas de elaborar un Plan de negocios
- 3.3 Características del plan de negocios

### **UNIDAD IV. Selección y presentación de ideas**

- 4.1 Justificación
- 4.2 Nombre de la empresa
- 4.3 Clasificación de las empresas
- 4.4 Tamaño, y ubicación de la empresa
- 4.5 Misión visión y objetivos de la empresa
- 4.6 Análisis DOFA

### **UNIDAD V. Mercado**

- 5.1 la Ventaja Competitiva
- 5.2 Investigación de mercado
- 5.3 Análisis de mercado
- 5.4 Mezcla de mercadotecnia
- 5.5 Presupuesto de ventas
- 5.6 Objetivos y estrategias

### **UNIDAD VI. Áreas operativas**

- 6.1 Producción
- 6.2 Recursos Humanos



6.3 Factores Técnicos

6.4 Finanzas

6.5 Marco legal

**UNIDAD VII. Presentación del proyecto**

7.1 Resumen ejecutivo

7.2 Prototipo del proyecto

7.3 Recomendaciones de redacción

**VIII. MODALIDAD DEL PROCESO DE ENSEÑANZA-APRENDIZAJE**

Presencial con posibilidad de adaptarse a clases virtuales a distancia.

**IX. BIBLIOGRAFÍA**

Autor(es)	Título	Editorial	Año	URL o biblioteca digital donde está disponible (en su caso)
González Salazar	Plan de negocios para emprendedores al éxito: metodología para el desarrollo de nuevos negocios	Mc Graw Hill	2017	
Laming	Empresarios pequeños y medianos	Prentice Hall	2018	
LLevot García	Manual del emprendedor	Círculo rojo	2021	
Valdez	Como: hacerse rico para siempre. Guía para ser un emprendedor exitoso	Lilium	2020	



## **X. CONOCIMIENTOS, APTITUDES, ACTITUDES, VALORES, CAPACIDADES Y HABILIDADES QUE EL ALUMNO DEBE ADQUIRIR**

Identificar los aspectos que distinguen la cultura de los emprendedores. Desarrollar la creatividad en la innovación de alternativas empresariales. Formular un plan de empresa viable, capaz de satisfacer necesidades del mercado. Conocer todos los requerimientos de información y obligación de toda organización. Conocer el entorno del mundo de los emprendedores.

## **XI. EL CAMPO DE APLICACIÓN PROFESIONAL DE LOS CONOCIMIENTOS QUE PROMUEVE EL DESARROLLO DE LA UNIDAD DE APRENDIZAJE**

En los negocios que emprendan o en la asesoría de los ya existentes.

## **XII. PERFIL DEL PROFESOR**

**ESCOLARIDAD.** Licenciado en Administración de Empresas. Licenciado en contaduría pública. Preferentemente con grado de maestría en Administración o afines.

**EXPERIENCIA REQUERIDA.** Docente a nivel de Licenciatura, preferentemente con conocimiento aplicado en el área.

## **ASPECTOS A EVALUAR**

Desarrollar la creatividad en la innovación de alternativas empresariales. Formular un plan de empresa viable para satisfacer necesidades en el mercado. Conocer los requerimientos de información y obligación en la organización.

## **MEDIOS DE EVALUACIÓN.**

Búsqueda de información. Lecturas, análisis e interpretación. Clasificación de datos. Visualización de escenarios futuros. Lluvia de ideas. Dinámicas grupales. Organización de grupos colaborativos. Asesorías. Manejo del entorno de la organización. Conferencia de expertos en el área de emprendurismo y negocios.

## **MOMENTOS DE EVALUACIÓN.**

Evaluación continua y evaluación de productos.

## **PORCENTAJE DE CADA UNO DE LOS CRITERIOS**

<b>Instrumento/producto</b>	<b>Porcentaje</b>
Participación	10%
Actividades de aprendizaje (reportes de investigación y casos prácticos)	30%
Reportes de Prácticas	10%



**UNIVERSIDAD DE GUADALAJARA**  
**CENTRO UNIVERSITARIO DE LOS LAGOS**

DIVISIÓN DE ESTUDIOS DE LA CULTURA REGIONAL  
DEPARTAMENTO DE CIENCIAS SOCIALES Y DEL DESARROLLO ECONÓMICO

Producto Integrador	30%
Exámen (es) parciales (es)	20%
Total	100%

**XIV. TIPO DE PRÁCTICAS**

La práctica de la materia en el ámbito de competencia, se evidencia mediante la evaluación de las etapas de un plan de negocios y al final del curso la presentación del mismo

**XV. MAESTROS QUE IMPARTEN LA MATERIA**

Marcia Leticia Márquez Hernández

**XVI. PROFESORES PARTICIPANTES**

Marcia Leticia Márquez Hernández



Mtra. Marcia Leticia Márquez Hernández  
PROFESOR (ES)



Dr. Ray Freddy Lara Pacheco  
JEFE DEL DEPARTAMENTO



Mtra. Ana Maria Flores Muñiz  
PRESIDENTE DE ACADEMIA