

SÍLABO DE LA ASIGNATURA: PLAN DE NEGOCIOS

1. DATOS GENERALES Y ESPECÍFICOS DE LA ASIGNATURA

Unidad Académica:	CIENCIAS ADMINISTRATIVAS					
Carrera:	MARKETING (MT1111089)					
Eje de formación:	Formación profesional	Periodo académico / Semestre:	2018 (2) Octavo S.			
Tipo de asignatura	Obligatoria.	Paralelo:	A y B			
		Año lectivo:	2018 – 2019 (2)			
Organización del tiempo:	Componente presencial			Componente autónomo	Total de horas	Créditos
	Horas teóricas	Horas en otros escenarios	Total del componente			
	52	28	80			
Pre requisito:	7.1					
Docente/s responsable/s:	Dr. Johnny Ponce Andrade / Ing. Cristhian López Leones Mg.					

2. RELACIÓN DE LA ASIGNATURA CON EL PERFIL DE EGRESO

Competencias del perfil de egreso	Nivel de impacto	Nivel de dominio de la competencia (asignatura)	Desempeños esperados (por unidad)
• Practica los principios éticos, deontológicos y morales aplicables a la mercadotecnia para mantener buenas relaciones con los consumidores y proveedores de bienes y servicios en el desarrollo del mercado. • Reconoce los elementos que condiciona el acceso a mercados locales e internacionales. • Genera una visión estratégica de comercialización para la competitividad y el desarrollo de las organizaciones. • Promueve el desarrollo productivo de sectores vulnerables, respetando la diversidad cultural.	Alto	Alto	Manejar concepciones básicas propias de la asignatura, ligadas a la creatividad y la innovación, fomentando iniciativas emprendedoras. De manera subsiguiente conoce la importancia del Plan de Negocios, como una herramienta efectiva para el desarrollo de nuevos productos o servicios, la creación de nuevas unidades de negocios, como la implementación de planes y acciones en empresas ya instituidas. Explicar las características y competencias de un emprendedor, precisando la idea de negocio, exponiendo creatividad, innovación, propuesta de valor con base tecnológica, con impacto social. El estudiante desarrollara la Gestión Estratégica de su plan. Elaborar un resumen utilizando los conceptos inherentes a la investigación de mercado, levantando información de fuentes primarias y secundarias, lo que permitirá dar soporte al desarrollo de la estrategia de marketing, en función del mkt mix. Detallar cómo se gestionarán los recursos involucrados en la generación del producto o la prestación del servicio, analizando las diferentes alternativas para producir mejor, vender más o entregar con eficiencia un servicio, verificando la viabilidad técnica u operativa,



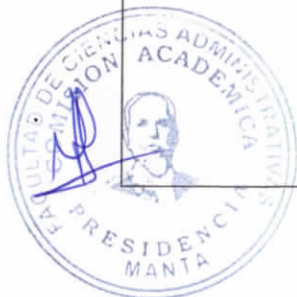
		eliminando las restricciones o cuellos de botella.
		Estructurar una unidad de recursos humanos de gran nivel, cuyo talento sea productivo para la empresa, y, en contraparte tenga ingresos de manera digna. Adicionalmente articula el eje normativo y jurídico de la organización.
		Realizar proyecciones financieras, determinando la viabilidad económica del proyecto/empresa.

3. ESTRUCTURA CONCEPTUAL Y DESARROLLO METODOLÓGICO DE LA ASIGNATURA

Nombre de la actividad curricular:	ASPECTOS BASE EN EL DESARROLLO DE UN PLAN DE NEGOCIOS.								
Desempeños esperados:	Manejar concepciones básicas propias de la asignatura, ligadas a la creatividad y la innovación, fomentando iniciativas emprendedoras. De manera subsiguiente conoce la importancia del Plan de Negocios, como una herramienta efectiva para el desarrollo de nuevos productos o servicios, la creación de nuevas unidades de negocios, como la implementación de planes y acciones en empresas ya instituidas.								
Indicadores de verificación	COMPONENTE PRESENCIAL							COMPONENTE AUTÓNOMO	
	Contenidos	Procesos didácticos y estrategias	Recursos didácticos	Horas	Actividades prácticas	Escenarios de aprendizaje	Horas	Actividad	Horas
	1.1. Contesta un cuestionario de saberes previos relacionados al emprendimiento (Check list).	Talleres y foros. -Actuaciones en clases. Orientación para estudio de casos, audiovisuales	-Pizarra. -Infocus. -Biblioteca virtual. Aula virtual	2	Talleres -Investigación -Tutorías	Aula de clase. Estudio de casos.	1	Lectura analítica. Foros. Análisis y comprensión de materiales bibliográficos.	3
	1.2. Análisis de video para describir las características y los tipos de emprendedores.	Orientación para estudio de casos, audiovisuales. -Trabajos individuales.	-Pizarra. -Infocus. -Biblioteca virtual. Aula virtual https://www.youtube.com/watch?v=qDAuY59rcLo	2	Talleres -Investigación -Tutorías	Aula de clase. Estudio de casos.	1	Lectura analítica. Foros. Análisis y comprensión de materiales bibliográficos.	3
Impulsa el espíritu emprendedor y la creatividad, enfocada a partir de un modelo de negocios.	1.3. Definición de un Plan de negocios. Naturaleza y tipos de Planes de	Trabajos grupales. -Lecciones orales.	Pizarra. -Infocus. Biblioteca virtual. Aula virtual	2	Talleres -Investigación -Tutorías	Aula de clase. Estudio de casos.	1	Lectura analítica. Foros.	3



Nombre de la actividad curricular:	ASPECTOS BASE EN EL DESARROLLO DE UN PLAN DE NEGOCIOS.								
Desempeños esperados:	Manejar concepciones básicas propias de la asignatura, ligadas a la creatividad y la innovación, fomentando iniciativas emprendedoras. De manera subsiguiente conoce la importancia del Plan de Negocios, como una herramienta efectiva para el desarrollo de nuevos productos o servicios, la creación de nuevas unidades de negocios, como la implementación de planes y acciones en empresas ya instituidas.								
Indicadores de verificación	COMPONENTE PRESENCIAL							COMPONENTE AUTÓNOMO	
	Contenidos	Procesos didácticos y estrategias	Recursos didácticos	Horas	Actividades prácticas	Escenarios de aprendizaje	Horas	Actividad	Horas
	Negocios.								
	1.4. Estudio del modelo de negocios (Lienzo de Camvas: Alexander Osterwalder).	-os. -Actuaciones en clases. -Orientación para estudio de casos, audiovisuales. -Trabajos individuales. -Trabajos grupales. -Lecciones orales.	-Biblioteca virtual. -Aula virtual.	2	-Talleres -Investigación -Tutorías	Aula de clase. Estudio de casos.	1	Lectura analítica. Foros. Análisis y comprensión de materiales bibliográficos, documentales, tanto analógicos, digitales y audiovisuales.	3
	1.5. Fases de desarrollo de un Plan de negocios /proyecto de inversión productiva: -Formulación. -Pre inversión. -Operación. -Etapas de la formulación Pre factibilidad. Factibilidad.	Talleres y foros. -Actuaciones en clases. -Orientación para estudio de casos, audiovisuales. -Trabajos individuales. -Trabajos grupales. -Lecciones orales	Pizarra. -Infocus. -Biblioteca virtual. -Aula virtual.	1	Talleres -Investigación -Tutorías	Aula de clase. Estudio de casos.	1	Lectura analítica. Foros. Análisis y comprensión de materiales bibliográficos, documentales, tanto analógicos, digitales y audiovisuales	2
	Realizar un mapa conceptual resumiendo los temas de la	Talleres y foros. -Actuaciones en clases.							



Nombre de la actividad curricular:	ASPECTOS BASE EN EL DESARROLLO DE UN PLAN DE NEGOCIOS.								
Desempeños esperados:	Manejar concepciones básicas propias de la asignatura, ligadas a la creatividad y la innovación, fomentando iniciativas emprendedoras. De manera subsiguiente conoce la importancia del Plan de Negocios, como una herramienta efectiva para el desarrollo de nuevos productos o servicios, la creación de nuevas unidades de negocios, como la implementación de planes y acciones en empresas ya instituidas.								
Indicadores de verificación	COMPONENTE PRESENCIAL							COMPONENTE AUTÓNOMO	
	Contenidos	Procesos didácticos y estrategias	Recursos didácticos	Horas	Actividades prácticas	Escenarios de aprendizaje	Horas	Actividad	Horas
	unidad.(Tarea 1)								
	Horas teóricas del componente presencial			9	Horas prácticas del componente presencial		5	Horas del componente autónomo	14

Nombre de la actividad curricular:	GESTION ESTRATEGICA: PLANIFICACION DEL EMPRENDIMIENTO SUSTENTADA EN LA IDEA DE NEGOCIO.								
Desempeños esperados:	Explicar las características y competencias de un emprendedor, precisando la idea de negocio, exponiendo creatividad, innovación, propuesta de valor con base tecnológica, con impacto social. El estudiante desarrollara la Gestión Estratégica de su plan.								
Indicadores de verificación	COMPONENTE PRESENCIAL							COMPONENTE AUTÓNOMO	
	Contenidos	Procesos didácticos y estrategias	Recursos didácticos	Horas	Actividades prácticas	Escenarios de aprendizaje	Horas	Actividad	Horas
	2.1. Datos generales de la empresa. Tipo de negocio. Datos del emprendedor y socios. (Llenar tablas matrices informativas). Resumen Ejecutivo	-Talleres y foros. -Actuaciones en clases. -Orientación para estudio de casos, audiovisuales. -Trabajos individuales. -Trabajos grupales. -Lecciones orales.	-Pizarra. -Infocus. -Biblioteca virtual. -Aula virtual. -Video Como tener ideas de negocios: https://www.youtube.com/watch?v=O_EOkQyk8Mw	2	-Talleres -Investigación -Tutorías	Aula de clase. Estudio de casos.	1	Lectura analítica. Foros. Análisis y comprensión de materiales bibliográficos, documentales, tanto analógicos, digitales y audiovisuales.	3
	2.2. Antecedentes y justificación. (Origen y motivación de la		Video DISFRUTA: https://www.youtube.com/watch?v	2	Talleres -Investigación -Tutorías	Aula de clase. Estudio de casos.	1	Lectura analítica. Foros. Análisis y comprensión de materiales bibliográficos.	3

Desdobra la base conceptual: de la idea a la realidad.



Nombre de la actividad curricular:	GESTION ESTRATEGICA: PLANIFICACION DEL EMPRENDIMIENTO SUSTENTADA EN LA IDEA DE NEGOCIO.								
Desempeños esperados:	Explicar las características y competencias de un emprendedor, precisando la idea de negocio, exponiendo creatividad, innovación, propuesta de valor con base tecnológica, con impacto social. El estudiante desarrollara la Gestión Estratégica de su plan.								
Indicadores de verificación	COMPONENTE PRESENCIAL						COMPONENTE AUTÓNOMO		
	Contenidos	Procesos didácticos y estrategias	Recursos didácticos	Horas	Actividades prácticas	Escenarios de aprendizaje	Horas	Actividad	Horas
	idea).		=uwydDw3 DCbk						
	2.3. Desarrolla y discute el lienzo de Camvas para el producto y/o servicio.		Video: como crear valor a mi producto. https://www.youtube.com/watch?v=W4po5ofDG08	2	Talleres -Investigación -Tutorías	Aula de clase. Estudio de casos.	1	Lectura analítica. Foros. Análisis y comprensión de materiales bibliográficos.	3
	2.4 Descripción del negocio. Misión Visión Valores		Pizarra. -Infocus. -Biblioteca virtual. -Aula virtual.	2	Talleres -Investigación -Tutorías	Aula de clase. Estudio de casos.	1	Lectura analítica. Foros. Análisis y comprensión de materiales bibliográficos, documentales, tanto analógicos, digitales y audiovisuales.	3
	2.5. Análisis FODA del nuevo negocio. Objetivos estratégicos.		Pizarra. -Infocus. -Biblioteca virtual. -Aula virtual.	1	Talleres -Investigación -Tutorías	Aula de clase. Estudio de casos.	1	Lectura analítica. Foros. Análisis y comprensión de materiales bibliográficos,	2
	Horas teóricas del componente presencial			9	Horas prácticas del componente presencial		5	Horas del componente autónomo	14



Nombre de la actividad curricular:	GESTION DE MARKETING: ESTUDIO Y ANALISIS DEL MERCADO.								
Desempeños esperados:	Elaborar un resumen utilizando los conceptos inherentes a la investigación de mercado, levantando información de fuentes primarias y secundarias, lo que permitirá dar soporte al desarrollo de la estrategia de marketing, en función del mkt mix.								
Indicadores de verificación	COMPONENTE PRESENCIAL							COMPONENTE AUTÓNOMO	
	Contenidos	Procesos didácticos y estrategias	Recursos didácticos	Horas	Actividades prácticas	Escenarios de aprendizaje	Horas	Actividad	Horas
Analiza la situación actual del mercado, las necesidades, las preferencias de los consumidores, para tomar las mejores decisiones y estrategias, reduciendo los riesgos que puedan afectar el logro de los objetivos trazados.	3.1. Estudio de mercado. Métodos de investigación y herramientas a utilizarse para el sistema de recolección de datos.	Talleres y foros. -Actuaciones en clases. -Orientación para estudio de casos, audiovisuales.	Pizarra. -Infocus. -Biblioteca virtual. -Aula virtual	2	Talleres -Investigación -Tutorías	Aula de clase. Estudio de casos.	1	Lectura analítica. Foros. Análisis y comprensión de materiales bibliográficos,	3
	3.2. Definición del Segmento de mercado. (Matriz de segmentación). Mercado consumidor. Tamaño del mercado. Mercado competidor. (Descripción de la competencia directa e indirecta, aplicando la Matriz 5 "F" de Porter	- Talleres y foros. -Actuaciones en clases. -Orientación para estudio de casos, audiovisuales. -Trabajos individuales. -Trabajos grupales. -Lecciones orales.	-Pizarra. -Infocus. -Biblioteca virtual. Para quitarse el sombrero: Investigación de mercado para empresas: https://www.youtube.com/watch?v=o3R81zUoS8M	2	-Talleres -Investigación -Tutorías	Aula de clase. Estudio de casos.	1	Lectura analítica. Foros. Análisis y comprensión de materiales bibliográficos, documentales, tanto analógicos, digitales y audiovisuales.	3
	3.3.	Talleres y foros.	Pizarra.	2	Talleres	Aula de clase.	1	Lectura analítica.	3





Nombre de la actividad curricular:	GESTION DE MARKETING: ESTUDIO Y ANALISIS DEL MERCADO.								
Desempeños esperados:	Elaborar un resumen utilizando los conceptos inherentes a la investigación de mercado, levantando información de fuentes primarias y secundarias, lo que permitirá dar soporte al desarrollo de la estrategia de marketing, en función del mkt mix.								
Indicadores de verificación	COMPONENTE PRESENCIAL						COMPONENTE AUTÓNOMO		
	Contenidos	Procesos didácticos y estrategias	Recursos didácticos	Horas	Actividades prácticas	Escenarios de aprendizaje	Horas	Actividad	Horas
	Mercado proveedor. (Identificación de los principales proveedores).	-Actuaciones en clases. -Orientación para estudio de casos, audiovisuales.	-Infocus. -Biblioteca virtual. -Aula virtual		-Investigación -Tutorías	Estudio de casos.		Foros. Análisis y comprensión de materiales bibliográficos,	
	3.4. Proyección de ventas. (Estimación del volumen o cantidad del bien o servicio que se comercializará).	Talleres y foros. -Actuaciones en clases. -Orientación para estudio de casos, audiovisuales.	Pizarra. -Infocus. -Biblioteca virtual. -Aula virtual	2	Talleres -Investigación -Tutorías	Aula de clase. Estudio de casos.	1	Lectura analítica. Foros. Análisis y comprensión de materiales bibliográficos,	3
	3.5. Estrategia de Marketing. (Orientada al Mkt Mix). Producto o servicio (Categorías, marca, logotipo, isotipo, empaque, tamaño, otras). Estrategia de precios Estrategia de Distribución Servicio al cliente Estrategia de	Talleres y foros. -Actuaciones en clases. -Orientación para estudio de casos, audiovisuales.	Video Para quitarse el sombrero: Plan de Marketing. https://www.youtube.com/watch?v=IS61sEEid64	1	Talleres -Investigación -Tutorías	Aula de clase. Estudio de casos.	1	Lectura analítica. Foros. Análisis y comprensión de materiales bibliográficos,	2



Nombre de la actividad curricular:	GESTION DE MARKETING: ESTUDIO Y ANALISIS DEL MERCADO.							
Desempeños esperados:	Elaborar un resumen utilizando los conceptos inherentes a la investigación de mercado, levantando información de fuentes primarias y secundarias, lo que permitirá dar soporte al desarrollo de la estrategia de marketing, en función del mkt mix.							
Indicadores de verificación	COMPONENTE PRESENCIAL						COMPONENTE AUTÓNOMO	
	Contenidos	Procesos didácticos y estrategias	Recursos didácticos	Horas	Actividades prácticas	Escenarios de aprendizaje	Horas	Actividad
	promoción.							
	Horas teóricas del componente presencial			9	Horas prácticas del componente presencial		5	Horas del componente autónomo
								14

Nombre de la actividad curricular:	GESTION OPERATIVA: ESTUDIO TECNICO, PROCESO DE PRODUCCION, DESARROLLO DEL PRODUCTO Y/O SERVICIO.							
Desempeños esperados:	Detallar cómo se gestionarán los recursos involucrados en la generación del producto o la prestación del servicio, analizando las diferentes alternativas para producir mejor, vender más o entregar con eficiencia un servicio, verificando la viabilidad técnica u operativa, eliminando las restricciones o cuellos de botella.							
Indicadores de verificación	COMPONENTE PRESENCIAL						COMPONENTE AUTÓNOMO	
	Contenidos	Procesos didácticos y estrategias	Recursos didácticos	Horas	Actividades prácticas	Escenarios de aprendizaje	Horas	Actividad
	4.1. Descripción del producto. Diseño del producto. (Tipo de innovación; beneficios del producto) Aspectos diferenciales. Desarrolla un estudio técnico para levantar información sobre materias primas, insumos, infraestructura, maquinarias, equipos, mano de obra, con sus costos.	-Talleres y foros. -Actuaciones en clases. -Orientación para estudio de casos, audiovisuales. -Trabajos individuales. -Trabajos grupales. -Lecciones orales.	-Pizarra. -Infocus. -Biblioteca virtual. -Aula virtual. Video Para quitarse el sombrero: Operaciones dentro de una empresa: https://www.youtube.com/watch?v=eQ_i8XwHxsQ	2	-Talleres -Investigación -Tutorías	Aula de clase. Estudio de casos.	1	Lectura analítica. Foros. Análisis y comprensión de materiales bibliográficos, documentales, tanto analógicos, digitales y audiovisuales.
	4.2.	Talleres y foros.	Pizarra.	2	Talleres	Aula de clase.	1	Lectura analítica.
								3



Nombre de la actividad curricular:	GESTION OPERATIVA: ESTUDIO TECNICO, PROCESO DE PRODUCCION, DESARROLLO DEL PRODUCTO Y/O SERVICIO.								
Desempeños esperados:	Detallar cómo se gestionarán los recursos involucrados en la generación del producto o la prestación del servicio, analizando las diferentes alternativas para producir mejor, vender más o entregar con eficiencia un servicio, verificando la viabilidad técnica u operativa, eliminando las restricciones o cuellos de botella.								
Indicadores de verificación	COMPONENTE PRESENCIAL							COMPONENTE AUTÓNOMO	
	Contenidos	Procesos didácticos y estrategias	Recursos didácticos	Horas	Actividades prácticas	Escenarios de aprendizaje	Horas	Actividad	Horas
	Objetivos de producción u operativos. (Relación entre la proyección de ventas y la producción a desarrollarse dentro de un mes o año).	-Actuaciones en clases. -Orientación para estudio de casos, audiovisuales. -Trabajos individuales. -Trabajos grupales. -Lecciones orales.	-Infocus. -Biblioteca virtual. -Aula virtual		-Investigación -Tutorías	Estudio de casos.		Foros. Análisis y comprensión de materiales bibliográficos,	
	4.3. Recursos materiales necesarios. (Materia primas, insumos, mercaderías con sus proveedores). Capacidad de producción.		Video Para quitarse el sombrero: Manejando los costos. https://www.youtube.com/watch?v=AK6rwzg-O-E		Talleres -Investigación -Tutorías	Aula de clase. Estudio de casos.		Lectura analítica. Foros. Análisis y comprensión de materiales bibliográficos,	
	4.4. Activos para la producción: Inmuebles (edificios, terrenos, construcciones, maquinarias, equipos, herramientas, muebles,	Talleres y foros. -Actuaciones en clases. -Orientación para estudio de casos, audiovisuales. -Trabajos individuales. -Trabajos grupales. -Lecciones orales.		2	Talleres -Investigación -Tutorías	Aula de clase. Estudio de casos.	1	Lectura analítica. Foros. Análisis y comprensión de materiales bibliográficos,	3



Nombre de la actividad curricular:	GESTION OPERATIVA: ESTUDIO TECNICO, PROCESO DE PRODUCCION, DESARROLLO DEL PRODUCTO Y/O SERVICIO.								
Desempeños esperados:	Detallar cómo se gestionarán los recursos involucrados en la generación del producto o la prestación del servicio, analizando las diferentes alternativas para producir mejor, vender más o entregar con eficiencia un servicio, verificando la viabilidad técnica u operativa, eliminando las restricciones o cuellos de botella.								
Indicadores de verificación	COMPONENTE PRESENCIAL							COMPONENTE AUTÓNOMO	
	Contenidos	Procesos didácticos y estrategias	Recursos didácticos	Horas	Actividades prácticas	Escenarios de aprendizaje	Horas	Actividad	Horas
	utensilios, otros.								
	4.5. Proceso productivo. (Descripción de las fases del proceso productivo). Flujograma de procesos. Distribución de la planta. (Layout).	Talleres y foros. -Actuaciones en clases. -Orientación para estudio de casos, audiovisuales. -Trabajos individuales. -Trabajos grupales. -Lecciones orales.	Video: La meta y la teoría de las restricciones https://vimeo.com/254197297	2	Talleres -Investigación -Tutorías	Aula de clase. Estudio de casos.	1	Lectura analítica. Foros. Análisis y comprensión de materiales bibliográficos,	3
	Horas teóricas del componente presencial			8	Horas prácticas del componente presencial		4	Horas del componente autónomo	12

Nombre de la actividad curricular:	GESTION DE PERSONAS Y GESTION LEGAL: ESTUDIO DE LA ORGANIZACIÓN PARA FORMAR UN EQUIPO DE TRABAJO COMPETITIVO; CONSTITUIR EL TIPO DE EMPRESA DE ACUERDO A LA VISION DE NEGOCIOS, REGENTADAS POR EL CUMPLIMIENTO DE NORMAS Y REGLAMENTOS JURIDICOS.								
Desempeños esperados:	Estructurar una unidad de recursos humanos de gran nivel, cuyo talento sea productivo para la empresa, y, en contraparte tenga ingresos de manera digna. Adicionalmente articula el eje normativo y jurídico de la organización.								
Indicadores de verificación	COMPONENTE PRESENCIAL							COMPONENTE AUTÓNOMO	
	Contenidos	Procesos didácticos y estrategias	Recursos didácticos	Horas	Actividades prácticas	Escenarios de aprendizaje	Horas	Actividad	Horas
	5.1. Estructura organizativa. Necesidad personal	-Talleres y foros. -Actuaciones en clases. -Orientación para estudio de casos,	-Pizarra. -Infocus. -Biblioteca virtual. -Aula virtual.	2	-Talleres -Investigación -Tutorías	Aula de clase. Estudio de casos.	1	Lectura analítica. Foros. Análisis y comprensión de materiales bibliográficos,	3



Nombre de la actividad curricular:	GESTION DE PERSONAS Y GESTION LEGAL: ESTUDIO DE LA ORGANIZACIÓN PARA FORMAR UN EQUIPO DE TRABAJO COMPETITIVO; CONSTITUIR EL TIPO DE EMPRESA DE ACUERDO A LA VISION DE NEGOCIOS, REGENTADAS POR EL CUMPLIMIENTO DE NORMAS Y REGLAMENTOS JURIDICOS.								
Desempeños esperados:	Estructurar una unidad de recursos humanos de gran nivel, cuyo talento sea productivo para la empresa, y, en contraparte tenga ingresos de manera digna. Adicionalmente articula el eje normativo y jurídico de la organización.								
Indicadores de verificación	COMPONENTE PRESENCIAL							COMPONENTE AUTÓNOMO	
	Contenidos	Procesos didácticos y estrategias	Recursos didácticos	Horas	Actividades prácticas	Escenarios de aprendizaje	Horas	Actividad	Horas
Selecciona en función de las áreas de la empresa, al recurso humano más competitivo. Modula la parte legal del negocio.	Principales funciones	audiovisuales. -Trabajos individuales. -Trabajos grupales. -Lecciones orales.						documentales, tanto analógicos, digitales y audiovisuales.	
	5.2. Proceso de contratación Evaluación de desempeño.	Talleres y foros. -Actuaciones en clases. -Orientación para estudio de casos, audiovisuales. -Trabajos individuales. -Trabajos grupales.	Video: Trabajo en equipo: https://www.youtube.com/watch?v=D60JRGnwAoA	2	Talleres -Investigación -Tutorías	Aula de clase. Estudio de casos.	1	Lectura analítica. Foros. Análisis y comprensión de materiales bibliográficos,	3
	5.3. Tipos de empresas. Aspectos tributarios. Pasos para la constitución de la empresa.	Talleres y foros. -Actuaciones en clases. -Orientación para estudio de casos, audiovisuales	Pizarra. -Infocus. -Biblioteca virtual. -Aula virtual.	2	Pizarra. -Infocus. Investigación -Tutorías	Aula de clase. Estudio de casos.	1	Lectura analítica. Foros. Análisis y comprensión de materiales bibliográficos,	3
	5.4. Modalidad contractual emprendedor / empleado.	Trabajos individuales. -Trabajos grupales. -Lecciones orales.		2	Pizarra. -Infocus. Investigación -Tutorías		1	Lectura analítica. Foros. Análisis y comprensión de materiales bibliográficos.	3
	5.5. Permisos, licencias y patentes para funcionamiento.	Trabajos individuales. -Trabajos grupales. -Lecciones orales.	Pizarra. -Infocus. -Biblioteca		Pizarra. -Infocus.	Aula de clase. Estudio de casos.		Lectura analítica. Foros. Análisis y comprensión de materiales bibliográficos	



Nombre de la actividad curricular:	GESTION DE PERSONAS Y GESTION LEGAL: ESTUDIO DE LA ORGANIZACIÓN PARA FORMAR UN EQUIPO DE TRABAJO COMPETITIVO; CONSTITUIR EL TIPO DE EMPRESA DE ACUERDO A LA VISION DE NEGOCIOS, REGENTADAS POR EL CUMPLIMIENTO DE NORMAS Y REGLAMENTOS JURIDICOS.								
Desempeños esperados:	Estructurar una unidad de recursos humanos de gran nivel, cuyo talento sea productivo para la empresa, y, en contraparte tenga ingresos de manera digna. Adicionalmente articula el eje normativo y jurídico de la organización.								
Indicadores de verificación	COMPONENTE PRESENCIAL						COMPONENTE AUTÓNOMO		
	Contenidos	Procesos didácticos y estrategias	Recursos didácticos	Horas	Actividades prácticas	Escenarios de aprendizaje	Horas	Actividad	Horas
	Cobertura de responsabilidades (seguros).								
	Horas teóricas del componente presencial			8	Horas prácticas del componente presencial		4	Horas del componente autónomo	12

Nombre de la actividad curricular:	GESTION FINANCIERA: ESTUDIO ECONOMICO PARA LA VIABILIDAD DEL EMPRENDIMIENTO, EVALUANDO LA INVERSION INICIAL, FINANCIAMIENTO, COSTOS, INGRESOS, MEDIDAS A TRAVES DE INDICADORES ECONOMICOS/FINANCIEROS PARA LA TOMA DE DECISIONES.								
Desempeños esperados:	Realizar proyecciones financieras, determinando la viabilidad económica del proyecto/empresa.								
Indicadores de verificación	COMPONENTE PRESENCIAL						COMPONENTE AUTÓNOMO		
	Contenidos	Procesos didácticos y estrategias	Recursos didácticos	Horas	Actividades prácticas	Escenarios de aprendizaje	Horas	Actividad	Horas
	6.1. Inversión total Estructura de Inversiones. (Inversión fija, inversión diferida, capital de trabajo). Depreciación Presupuesto de ventas.	-Talleres y foros. -Actuaciones en clases. -Orientación para estudio de casos, audiovisuales. -Trabajos individuales. -Trabajos grupales. -Lecciones orales.	-Pizarra. -Infocus. -Biblioteca virtual. -Aula virtual.	2	-Talleres -Investigación -Tutorías	Aula de clase. Estudio de casos.	1	Lectura analítica. Foros. Análisis y comprensión de materiales bibliográficos, documentales, tanto analógicos, digitales y audiovisuales.	3
Emplea la planificación	6.2. Costo total. Costo fijo. Costo variable. Costo de personal. Remuneraciones por área.	Talleres y foros. -Actuaciones en clases.	-Biblioteca virtual. -Aula virtual.	2	Talleres -Investigación -Tutorías	Aula de clase. Estudio de casos.	1	Lectura analítica. Foros. Análisis y comprensión de materiales bibliográficos,	3



Nombre de la actividad curricular:	GESTION FINANCIERA: ESTUDIO ECONOMICO PARA LA VIABILIDAD DEL EMPRENDIMIENTO, EVALUANDO LA INVERSION INICIAL, FINANCIAMIENTO, COSTOS, INGRESOS, MEDIDAS A TRAVES DE INDICADORES ECONOMICOS/FINANCIEROS PARA LA TOMA DE DECISIONES.								
Desempeños esperados:	Realizar proyecciones financieras, determinando la viabilidad económica del proyecto/empresa.								
Indicadores de verificación	COMPONENTE PRESENCIAL							COMPONENTE AUTÓNOMO	
	Contenidos	Procesos didácticos y estrategias	Recursos didácticos	Horas	Actividades prácticas	Escenarios de aprendizaje	Horas	Actividad	Horas
viabilidad y sostenibilidad del proyecto de negocios.	6.3. Estados financieros. Estado de resultado. Estado de situación económica. Viabilidad económica y financiera. Flujo de fondos. Flujo de fondos netos. Fuentes de financiamiento.	Talleres y foros. -Actuaciones en clases. -Orientación para estudio de casos, audiovisuales. -Trabajos individuales. -Trabajos grupales. -Lecciones orales.	Pizarra. -Infocus. -Biblioteca virtual. -Aula virtual.	2	Talleres -Investigación -Tutorías	Aula de clase. Estudio de casos.	1	Lectura analítica. Foros. Análisis y comprensión de materiales bibliográficos, documentales, tanto analógicos, digitales y audiovisuales.	3
	6.4. Indicadores de viabilidad. VAN, TIR, PRI, ROI, PE, Otros.	Talleres y foros. -Actuaciones en clases. -Orientación para estudio de casos,	Pizarra. -Infocus. -Biblioteca virtual. -Aula virtual.	2	Talleres -Investigación -Tutorías	Aula de clase. Estudio de casos.	1	Lectura analítica. Foros. Análisis y comprensión de materiales bibliográficos	3
	Evaluación de inversión. Evaluación del Plan de negocio.			1			1		2
Horas teóricas del componente presencial				9	Horas prácticas del componente presencial		5	Horas del componente autónomo	14

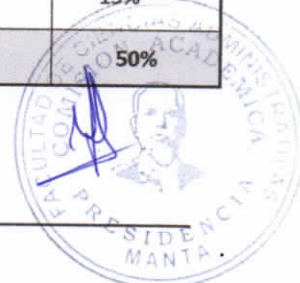




4. CRITERIOS NORMATIVOS DE EVALUACIÓN DE LA ASIGNATURA

	Semana #	Ámbito	Estrategias evaluativas			Plantilla de evaluación de aprendizaje SGA	Ponderación SGA	Peso en aprobación de asignatura	
PRIMER PARCIAL	1 a 7	Actuación (20% - 30%)	Participación en clases	Escenarios de aprendizajes	Sala de estudios	Actuación (actividades de docencia)	30%	15%	
	5 a 7		Exposiciones grupales e individuales		Aula de clases				
	3	Producción (30% - 40%)	Análisis bibliográficos	Indicadores	Sala de Estudios	Producción (prácticas de aplicación y experimentación de aprendizajes)	15%	20%	
	4		Lección escrita		Aula de clases				
	5		Análisis bibliográficos		Identifica los principios metodológicos	Producción (trabajo autónomo)	25%		
	2								
	5								
	8		Acreditación (30% - 40%)		Examen escrito		Acreditación y evaluación final	30%	15%
	Diez puntos							100%	50%

	Semana #	Ámbito	Estrategias evaluativas			Plantilla de evaluación de aprendizaje SGA	Ponderación SGA	Peso en aprobación de asignatura	
SEGUNDO PARCIAL	9 a 15	Actuación (20% - 30%)	Participación en clases	Escenarios de aprendizajes	Sala de estudios	Actuación (actividades de docencia)	30%	15%	
	13 a 15		Exposiciones grupales e individuales		Aula de clases				
	12	Producción (30% - 40%)	Resolución de ejercicios	Indicadores	Sala de Estudios	Producción (prácticas de aplicación y experimentación de aprendizajes)	15%	20%	
	12		Lección escrita		Aula de clases				
	13		Análisis bibliográficos		Identifica los principios metodológicos	Producción (trabajo autónomo)	25%		
	10								
	13								
	16	Acreditación (30% - 40%)	Examen escrito			Acreditación y evaluación final	30%	15%	
	Diez puntos							100%	50%





5. REFERENCIAS (Física y/o Digital)

a. Básica

Greg Balanko-Dickson **"COMO PREPARAR UN PLAN DE NEGOCIOS EXITOS"**. Ed. 1 año de publicación 2008 Edit. Mc Graw-Hill – México. Código koah: G07444

Keller Kevinlane **"ADMINISTRACION ESTRATEGICA DE MARCA"** Ed. Pearson Educación, 2008. México. Código:

b. Complementaria

Rafael Méndez **"FORMULACION Y EVALUACION DE PROYECTOS PARA EMPRENDEDORES"**. Edit. Inst.Colombiano, 2014– Bogotá. Código koah: B03504

Sterman **"COMO CREAR MARCAS QUE FUNCIONEN"**. Edit. Ediciones de la U. Colombia. Código: G04113

Vincent Gómez-García Palao **"MANUAL PARA LA ELABORACIÓN DE UN PLAN DE NEGOCIOS RURAL"**. Ed. Gómez García & ASOCIADOS. 2011 SLR. (Repositorio ULEAM E-Libro: <http://departamentos.uleam.edu.ec/biblioteca-general/bibliotecas-virtuales/>)

WEB GRAFIA.

www.industrias.gob.ec (Ministerio de Industrias y Productividad)

www.planificacion.gob.ec (Secretaría Nacional de Planificación y Desarrollo)

www.uleam.edu.ec (Universidad Laica Eloy Alfaro de Manabí – Biblioteca Virtual - Repositorio)

6. PERFIL DEL PROFESOR QUE IMPARTE LA ASIGNATURA

DOCENTE: Johnny Edison Ponce Andrade

AUTOBIOGRAFIA: Profesor Titular Principal a Tiempo Completo.

Ingeniero Comercial.

Especialista en Gerencia Estratégica de la Comunicación Organizacional. UTE – Ecuador.

Diplomado Superior en Educación Universitaria por Competencias. UDA – Ecuador.

Magister en Dirección Estratégica de Marketing y Ventas. Universidad del Mar – Chile.

Doctor (PhD) en Ciencias Administrativas. Universidad Nacional Mayor de San Marcos del Perú.

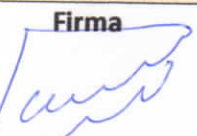
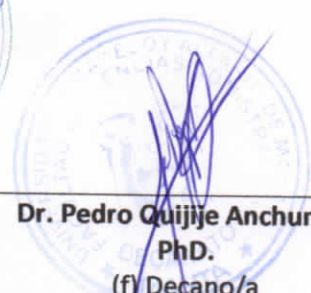
ACTIVIDAD PROFESIONAL:

- **EXPIENCIA LABORAL EN EL AMBITO PÚBLICO** (8 años): Ex - funcionario del GAD Manta, en el área de vinculación y desarrollo social
- **EXPERIENCIA LABORAL EN EL AMBITO PRIVADO** (16 años):
- Jefe de Créditos y Cartera **Artefacta S.A**
- Jefe de Créditos y Cartera **Audivisa S.A**
- Jefe de Sucursal **Sociedad Financiera ALFA**
- Jefe Regional de Créditos y Cartera **Dalacor S.A**
- Gerente de Ventas Región Manabí, Los Ríos y Santo Domingo **Sumesa Ecuador**
- Gerente de Desarrollo de Canales de Ventas. **Manatel S.A**
- Gerente Administrativo / Gerente General (e) **Zonaconstru S.A**
- Asesor financiero y administrativo externo. **Bodegas Deportivas OUTLET**
- **EXPERIENCIA LABORAL EN LA RAMA ACADEMICA:** (10 años): **ULEAM**





7. VISADO

APROBACIÓN Y REGISTRO DEL SÍLABO					
ELABORACIÓN		REVISIÓN		APROBACIÓN	
Firma		Firma y sello		Firma y sello	
					
Dr. Johnny Ponce Andrade		Mg. Flor María Calero (f) Presidenta Comisión Académica		Dr. Pedro Quijije Anchundia PhD. (f) Decano/a	
Ing. Cristhián López Leones Mg.					
(f) Docentes Responsables					
FECHA:	12/09/2018	FECHA:	12/09/2018	FECHA:	12/09/2018