



UNIVERSIDAD LIBRE
PROGRAMA DE DERECHO

CONTENIDO PROGRAMÁTICO DE LA ASIGNATURA

NOMBRE DE LA ASIGNATURA	EMPRENDIMIENTO		
ÁREA DE LA ASIGNATURA	ELECTIVA		
UBICACIÓN DE LA ASIGNATURA	I, II Y III AÑO.		
NIVEL DE FORMACIÓN	POSGRADO		
	PREGRADO		X
	TECNOLÓGICO TÉCNICO		
PERIODICIDAD E INTENSIDAD HORARIA:	CARGA ACADÉMICA	N° DE HORAS	
	SEMANAS	Presencial	2
		Independiente	4
	SEMESTRE (16 semanas)	Presencial	32
		Independiente	64
TOTAL HORAS	SEMESTRALES	96	
N° DE CRÉDITOS ACADÉMICOS:	2		
MODALIDAD:	PRESENCIAL		X
	A DISTANCIA		
	TUTORIADA VIRTUAL		
	ESCENARIOS MÚLTIPLES		
CÁRACTER DE LA ASIGNATURA:	OBLIGATORIA		
	ELECTIVA		X
	OPTATIVA		
TIPO DE ASIGNATURA:	TEÓRICA		
	PRÁCTICA		
	TEÓRICA PRÁCTICA		X
FECHA DE ACTUALIZACIÓN:	FEBRERO 2013		

JUSTIFICACIÓN

La iniciativa empresarial permite crear conciencia en los estudiantes, futuros empresarios de la importancia que tiene la Planificación Estratégica en la toma de decisiones, uniformando criterios en cuanto hacia donde se quiere mover la empresa y como único fundamento para lograr los objetivos empresariales al aprender a realizar un diagnóstico de la situación actual de la compañía analizando tanto su ambiente interno como externo para identificar sus fortalezas, debilidades, amenazas y oportunidades.

OBJETIVO GENERAL

Brindar las herramientas necesarias al estudiante para que sea capaz de formular estrategias que permitan a la empresa asumir y enfrentar nuevos retos, basadas en una toma de decisiones bien estructurada y analítica, orientadas al éxito en el medio comercial que se desarrolla.

OBJETIVOS ESPECÍFICOS

1. Desarrollar un modelo teórico / práctico de planeamiento estratégico mediante un ejemplo aplicado.
2. Aprender a elaborar estrategias mediante el desarrollo de matrices para explotar las fortalezas y oportunidades, mejorar las debilidades y enfrentar las amenazas.
3. Aprender a canalizar las estrategias mediante proyectos y planes que permitan su alineación con la Planificación Operativa y, por consiguiente, la puesta en marcha del Plan Estratégico.

PLANIFICACIÓN METODOLÓGICA GENERAL

Los estudiantes utilizarán ámbitos prácticos que se desarrollen en clase como la participación frente a estrategias empresariales, video foros, simposios con expertos en el tema.

Además tendrá un aspecto fundamental en la evaluación frente al punto teórico, como en el manejo de los conceptos básicos, la participación en clase y por supuesto un proyecto final que es propuesto en su totalidad por los estudiantes.

ESTRATEGIAS PEDAGÓGICAS Y MEDIOS EDUCATIVOS

La iniciativa empresarial se basa principalmente en los proyectos que han dado resultado, por ello nos basaremos en estudios de caso, exposiciones por parte de los alumnos, propuestas empresariales de su parte y además en una visita a una reconocida compañía donde se observe claramente lo que se les quiere transmitir a los estudiantes.

COMPETENCIAS A DESARROLLAR POR EL ESTUDIANTE

Se estimulará al estudiante por medio de las competencias propositivas del hacer aprendiendo, al crear estrategias empresariales que permitan una concreta planificación en el desarrollo de modelos que den excelentes resultados dentro de una organización.

MÓDULOS Y TEMAS

CÓDIGO	MÓDULO O TEMA	OBJETIVO
1.	PRIMERA UNIDAD: PLANEACIÓN ESTRATÉGICA	Diseñar una planeación estratégica en la iniciativa empresarial.
1.1	Introducción.	
1.2	Aspectos básicos.	
1.3	Etapas	
1.4	Formulación	
1.5	Evaluación.	
CÓDIGO	MÓDULO O TEMA	OBJETIVO
2.	SEGUNDA UNIDAD: LA ORGANIZACIÓN	Organización dentro de la compañía.
2.1	Diagnóstico de la situación organizacional.	
2.2	Dimensiones	
2.3	Análisis Interno.	
2.4	Análisis Externo.	
2.5	Los actores dentro de la organización.	
CÓDIGO	MÓDULO O TEMA	OBJETIVO
3.	TERCERA UNIDAD: METÓDO DOFA	Conocer la organización.
3.1	Debilidades de una organización	
3.2	Fortalezas de una organización.	
3.3	Amenazas de una organización	
3.4	Oportunidades de una organización.	
CÓDIGO	MÓDULO O TEMA	OBJETIVO
4.	CUARTA UNIDAD: LA ORGANIZACIÓN.	Proponer lo principal dentro de una organización
4.1	Misión y Visión de una organización.	

4.2	Definición de objetivos y estrategias dentro de una organización.
4.3	Programas y proyectos de una organización.
4.4	La preparación para la integración con la planificación estratégica.

BIBLIOGRAFÍA BÁSICA

1. BODIE Zvi, KANE Alex y MARCUS Alan. Principios de inversiones. Edición Estándar and Poor. Mc Graw Hill Madrid 2004.
2. MARTÍNEZ Eduardo. Invertir en Bolsa, Security Análisis and portafolio. Editorial Fisher y Jordan.
3. Corredores Asociados S.A. Comisionistas de Bolsa. Manual para el Cálculo de Rentabilidades. Octavo Edición 1999.
4. SQUAD HAYAT & Antonio Sanmillán. Finanzas con Excel. Editorial. McGrawHill, Primera Edición. 2001.
5. -Gómez G. Juan Diego. Inversiones y Mercado de Capitales. Caso Colombiano. Editorial Universidad Pontificia Bolivariana. 2001.

BIBLIOGRAFÍA COMPLEMENTARIA

1. Boletines diarios y mensuales de la Bolsa de Valores de Colombia.
2. Diario Portafolio, Diario la República, Revista Dinero, la Nota Económica y otras publicaciones periódicas.
3. Superintendencia de Valores. Resolución 400 de Mayo de 1995, por la cuál se reglamenta el mercado público de valores en Colombia.

PÁGINAS WEB Y AMBIENTES VIRTUALES

1. www.bvc.com.co.
2. www.supervalores.gov.co
3. www.banrep.gov.co.
4. www.corfinsurasura.com.

CRITERIOS DE EVALUACIÓN

EVALUACIÓN

EVALUACIÓN	TIPO	PORCENTAJE	SEMANA
1er. (30 %)			
2do. (30%)			
Final (40 %)			

TIPOS: E: escrita; O: oral; X: exposición; T: trabajo, investigación o taller; Q: quiz; P: parcial; e
I: integral 0

FIRMAS

Jefe de Área

Docente