



**Universidad del Magdalena**  
**Vicerrectoría de Docencia**  
**Microdiseño PLAN DE NEGOCIOS**

1 Ficha de Identificación			
1.1 Código y Nombre del Curso			
04082602 - PLAN DE NEGOCIOS			
1.2 Unidad Académica Responsable del Curso			
Programa de Negocios Internacionales			
1.3 Ubicación curricular			
<b>Componente Curricular</b>		<b>Pre-Requisitos</b>	<b>Co-Requisitos</b>
Área de Emprendimiento y creación de empresa		Cátedra Emprendedora	
1.4 Créditos Académicos			
<b>Créditos</b>	<b>HAD</b>	<b>HTI</b>	<b>Proporción HAD:HTI</b>
2	3	6	1:2
1.5 Descripción resumida del curso			
<p>El desarrollo de un Plan de Negocios exitosamente garantiza en una alta proporción el éxito de los Negocios nacientes. El curso capacita al estudiante de todas las herramientas intelectuales que debe tener para el desarrollo de su Negocio, como las actividades claves, los recursos clave, la propuesta de valor, la relación con los clientes, los canales, los segmentos de clientes, los costos y las fuentes de ingreso. Es así, el emprendedor profundizara en estos aspectos en una dimensión empresarial y conociendo que buscan los inversionistas y los pares evaluadores par el éxito de su negocio.</p>			
1.6 Elaboración, Revisión y Aprobación			
<b>Elaboró</b>	<b>Revisó</b>		<b>Aprobó</b>
Carlos Palomeque	Carlos Alberto Labarces Ballestas Director Académico del Programa de Negocios Internacionales		Concejo de Programa No. 014 de Diciembre de 2011

## 2 Justificación

El mundo es cada vez más complejo laboralmente hablando. La necesidad de dar herramientas útiles académicamente sustentadas a los estudiantes es vital para las instituciones educativas.

El modelo de plan de negocios más utilizado en este momento por su practicidad y porque atiende los puntos específicos que inversionistas y pares evaluadores quieren ver, acompañados por el prototipo de servicio o producto y la respectiva aprobación en el mercado, son de vital importancia para el curso.

## 3 Competencias a Desarrollar

### 3.1 Competencias Genéricas

- Capacidad de análisis, abstracción e interpretación de los elementos más importantes que pueden estar inmersos en un proceso de emprendimiento y creación de empresas

### 3.2 Competencias Específicas

- Conceptualizar teóricamente lo que subyace de un Plan de Negocios
- Identificar las habilidades que deben desarrollarse para ser un emprendedor exitoso
- Conocer la teoría y modelos de emprendimiento

## 4 Contenido y Estimación de Créditos Académicos

Unidades Temáticas		Temas		Tiempos				
N	Nombre	N	Nombre	HAD		HTI		Total
				T	P	T	P	
	Identificación de socios clave		Socios	1		1		
			Proveedores	1		1		
			Recursos	1		1		
			Actividades	1		1		
	Actividades clave		Propuesta de valor	2		1		
			Identificación de canales preliminar	2		1		
			Relaciones con los clientes preliminar	2		1		
			Fuentes de ingreso	2		1		
	La propuesta de valor		Cadena de valor	2		3		
			Problemas y necesidades	2		1		
			Paquetes de productos o servicios	2		1		
			Segmento de clientes preliminar	2		1		

Unidades Temáticas		Temas		Tiempos		
N	Nombre	N	Nombre	HAD	HTI	Total
	<b>Recursos claves</b>		Físicos	1	1	
			Intelectuales (marcas, patentes, derechos de autor, datos)	1	1	
			Financieros	1	1	
	<b>Relación con clientes</b>		Tipos de relación	1	1	
			Relaciones establecidas	1	1	
			Costo	1	1	
	<b>Segmento de clientes</b>		Para quien?	1	1	
			Importancia de Clientes	1	1	
			Tipos: Mercado masivo, nichos de mercado, segmentación, diversificación y plataforma multiple.	1	1	
	<b>Canales</b>		Evaluación: Como llegar a nuestros clientes segmentados.	1	1	
			Integración de canales	1	1	
			Rentabilidad	1	1	
			Rutina de nuestros clientes	1	1	
	<b>Estructura de costos</b>		Costos	4	3	
			Recursos clave más costosos	1	3	
			Actividades clave costosas	1	3	
			Enfoque: al costo o al valor	2	3	

Unidades Temáticas		Temas		Tiempos		
N	Nombre	N	Nombre	HAD	HTI	Total
	<b>Fuente de ingresos</b>		Valor pagado por el cliente	2	3	
			Tipos: venta de activo, cargo por uso, por suscripción, préstamo, alquiler, licenciamiento.	1	3	
			Fijación de precios	1	1	
			Precios dinámicos: Negociación, subasta, gestión de rendimiento y mercado en tiempo real.	2	3	
<b>Total</b>				51	51	
<b>Créditos Académicos</b>				<b>3</b>		

## 5 Propuesta Metodológica

Combinación de teoría y práctica, presentando los conceptos claves del emprendimiento y llevando a la práctica los mismos, a través de talleres.

El estudiante entonces, desarrollará habilidades para llevar a cabo procesos de presentación de planes de negocios, por medio de estudio de casos, elaboración de talleres, participación en conversatorios y simulaciones.

## 6 Estrategias y Criterios de Evaluación

SEGUIMIENTOS	PONDERACIÓN (%)	COMPONENTE	CALIFICACIÓN
PRIMERO	30	Examen	150
SEGUNDO	30	Examen	50
		Segmentación de mercado	50
		Simulación	100
TERCERO	40	Plan de negocios	150
		Presentación	50
<b>TOTAL</b>	<b>100</b>		<b>500</b>

## 7 Recursos Educativos

N	Nombre	Justificación
	Video beam y computador	Ilustración de las diferentes teorías y acercamientos a la negociación

## 8 Referencias Bibliográficas

### 8.1 Libros y materiales impresos disponibles en la Biblioteca y centros de documentación de la Universidad

Camino al Futuro (título original *The Road Ahead*). Bill Gates. McGraw-Hill; edición en español (Febrero 1996)

Pasión por Emprender. De la Idea a la Cruda Realidad. Andy Freire. Editorial Aguilar (Abril 2005).

THE FIRST 10 YARDS – The 5 Dynamics of Entrepreneurship and how they made a difference at DHL and other successful startups Po Chung and Saimond Ip. Cengage Learning. (Diciembre 2008)

Steve Jobs. Walter Isaacson. Editorial Debate. (Noviembre 2011)

Castañeda Martínez, Luis. IMPLEMENTACIÓN: EL ARTE DE CONVERTIR LOS PLANES DE NEGOCIOS EN RESULTADOS RENTABLES. México : Ediciones Poder, 2005. 106p. (HD38.2.C32).

EL PLAN EMPRESARIAL: LA GUÍA DE ERNST & YOUNG. / Eric S. Siegel y otros. Madrid : Díaz de Santos, 1994. 171p. (HD30.28.S5E).

Finch, Brian. CÓMO DESARROLLAR UN PLAN DE NEGOCIOS. Barcelona : Gedisa, 2002. 174p. (HD30.28.F5E).

Maitland, Iain. PLANES EFICACES DE NEGOCIOS EN UNA SEMANA. México : Panorama, 1998. 93p. (HD30.28.M29E).

O'Hara, Patrick D. EL PLAN EMPRESARIAL INTEGRAL: CÓMO PREPARARLO, REDACTARLO Y REVISARLO. Madrid : Deusto, 1992. 377p. (HD30.28.O35E).

Pérez Soto, José Manuel. BUSINESS PLAN: MÁS ALLÁ DEL PRESUPUESTO. Barcelona : Gestión y Planificación Integral, 1994. 138p. (VID 100).

Stutely, Richard. PLAN DE NEGOCIOS: LA ESTRATEGIA INTELIGENTE. México : Prentice-Hall Hispanoamericana, 2000. 304p. (HD30.28.S82E).

### 8.3 Documentos y Sitios Web de acceso abierto a través de Internet

#### 8.1 Otros Libros, Materiales y Documentos Digitales

Artículos bases de datos científicas especializadas relacionadas con el tema de emprendimiento y planes de negocio que se encuentran en la biblioteca.