

ANEXO

1-IDENTIFICACIÓN DE LA ASIGNATURA

Nombre de la asignatura: **Desarrollo Emprendedor**

Carácter de la asignatura: **Optativa**

Cátedra/Área/Departamento: Cátedra de Genética. Departamento de Biología Aplicada y Alimentos.

Carrera: **Licenciatura en Gestión de Agroalimentos**

Periodo Lectivo: 2019-2021

2. CARACTERÍSTICAS DE LA ASIGNATURA

Duración: Cuatrimestral.

Profesor responsable de la asignatura: Dr. Gustavo Schrauf

Equipo Docente: Lic. Rubén César, Lic. Patricia Mónica Francés, Lic. Silvana Dal Pont, Lic. Julieta Caminetsky, Lic. Susana Garart, Lic. Mariano Villani

Carga horaria para el estudiante: CUARENTA Y OCHO (48) horas - TRES (3) créditos.

Correlativas requeridas:

Para cursar:

Regulares: Comercialización y Mercados de Agroalimentos, Gestión y Planificación de la Empresa Agropecuaria; Formulación y Evaluación de los Proyectos Agroalimentarios.

Para probar la asignatura se deberán tener aprobadas las asignaturas Gestión y Planificación de la Empresa Agropecuaria y Formulación y Evaluación de los Proyectos Agroalimentarios

Modalidad: Curso

3. FUNDAMENTACIÓN

Desde su diseño esta materia responde a: una educación centrada en el aprendizaje, la utilización de procesos de innovación pedagógica regulados, un especial énfasis en el aprender a aprender, el uso de recursos didácticos diversificados tales como el “aprender haciendo” y el “aprender en el medio social”, y una fuerte y estrecha vinculación con el medio y con el ámbito de trabajo de profesionales egresados de la carrera.

La materia propone un ámbito de formación para el trabajo profesional en sentido amplio, que explícitamente excede al trabajo asalariado. Esto implica asumir en un mismo plano y promover el trabajo profesional por cuenta propia en sus diversas

expresiones (generación de empresas, cooperativas, organizaciones no gubernamentales, proyectos puntuales de desarrollo, etc.) y el trabajo asalariado en sí. En esa línea y detectado un amplio grupo de competencias necesarias para el desempeño profesional en general, en esta materia se trabaja con un subconjunto específico denominado como “conjunto de competencias emprendedoras”.

Durante el curso los estudiantes, organizados en equipos de trabajo, desarrollan un proyecto de emprendimiento de su elección o intervienen proactivamente en la solución de un problema concreto de un emprendimiento en marcha. La materia exige que los proyectos elegidos o las soluciones planteadas sean practicables y sustentables, que propongan una respuesta concreta a un problema o necesidad real detectada en la comunidad y/o el espacio de trabajo del Técnico en Turismo Rural y que sean llevados al punto inmediato anterior a su puesta en práctica o, si fuera posible en el tiempo de la materia, que se ponga en práctica efectivamente. La materia tiene como característica la formación de equipos de trabajo para la ejecución de dinámicas y ejercicios. La conformación de los equipos es rotativa, garantizando que cada uno de los participantes trabaje, reconozca y comparta actividades con todos los estudiantes del curso. Esta dinámica permite consolidar un clima de trabajo donde el aprendizaje, a través de la acción, sea posible a nivel individual y la generación colectiva y colaborativa de conocimientos sea uno de los ejes centrales del aprendizaje. Esto, también, refuerza y permite mejorar la capacidad de trabajar en equipo y se pretende, a través de estas experiencias, que los participantes conozcan y confronten las distintas posibles reacciones, formas de actuar, y formas de resolver problemas o situaciones problemáticas ampliando de esta manera su propio horizonte con alternativas diversas y nuevos enfoques.

De esta manera se asegura una profusa actividad en donde la diversidad de aportes provenientes de los diferentes enfoques de los participantes se verá capitalizada en los resultados de las tareas asignadas.

Los equipos de trabajo cuentan para el desarrollo del plan de emprendimiento con la guía y apoyo técnico de docentes de la materia, quienes provienen de diferentes disciplinas, permitiendo la diversidad de enfoques que exige este tipo de trabajo.

4. OBJETIVOS

Que los estudiantes logren:

- Reconocer las competencias emprendedoras a nivel personal y del equipo de trabajo, promoviendo la actitud proactiva y el desarrollo profesional de sus miembros.
- Identificar las herramientas para planificar, desarrollar y gestionar un emprendimiento productivo.

- Desarrollar la capacidad de resolver creativamente problemas complejos asociados a un emprendimiento.
- Desarrollar la capacidad para diseñar estrategias y metodologías de trabajo en red, efectivas en relación con el entorno productivo y sustentables con el medio relación ambiente.
- Evaluar la factibilidad de proyectos de emprendedores a través del análisis del modelo CANVAS.

5.CONTENIDOS

5.1. Contenidos mínimos

Aprendizajes en contextos organizacionales. Competencias requeridas por el mercado laboral. Búsqueda y detección de oportunidades. La proactividad como factor necesario en el aprovechamiento de oportunidades. Trabajo en equipo y grupo. Factores que lo afectan. Resolución de problemas y búsqueda de información y factores que la afectan. Planificación operativa y estratégica. Elementos de eficiencia y de calidad. La innovación como promotor de crecimiento. Las redes de apoyo para la generación y consolidación de emprendimientos. El diseño de estrategias para el mejoramiento y ampliación de las redes de apoyo. El riesgo como elemento inherente a los emprendimientos. La modelización de negocios. Emprendimientos para la solución de problemas sociales.

5.2. Contenidos desarrollados

Bloque I. Desarrollo de Competencias Emprendedoras a nivel Personal

Perfil emprendedor

Aprendizaje. Competencias requeridas por el mercado laboral. Características emprendedoras personales.

Oportunidades de negocios

La búsqueda de oportunidades. Creatividad, condiciones básicas para su desarrollo. Detección de oportunidades.

La proactividad como factor necesario en el aprovechamiento de oportunidades.

Resolución creativa de problemas

Resolución de problemas. Redefinición de problemas. Causas y efectos. Pasos para la resolución de problemas. Aplicación práctica.

Trabajo en Equipo

Trabajo en equipo y grupo. Diferencias y características. Factores que lo afectan. Test de Belbin para la identificación de roles en el equipo de trabajo.

Negociación

¿Somos buenos negociando? El ganar –ganar (win-win) de la negociación. Ejercicios prácticos de negociación.

La comunicación del emprendimiento

La comunicación como herramienta clave del emprendimiento. ¿Cómo comunicar nuestra idea?

Bloque II. Herramientas para la creación y desarrollo de emprendimientos.

Modelo de negocios.

La modelización de negocios. Herramientas para elaborar el modelo de negocios. Canvas y Lean Canvas.

Definición de clientes.

Entendiendo ¿Quién es mi cliente? Conceptos básicos de marketing (4p + bases de segmentación). Estrategias básicas para componer las propuestas de valor.

Financiamiento.

Necesidad de financiamiento, socios o inversores. Concepto de riesgo. Distintas herramientas de financiamiento en el mercado de capitales formal e informal. Redacción de aplicaciones a créditos, capital semilla, subsidios.

Redes de apoyo

Las redes de apoyo como activo estratégico para la generación y consolidación de emprendimientos. El diseño de estrategias para el mejoramiento y la ampliación de las redes de apoyo. El capital social. Mapeo de las redes de apoyo. Papel de las Redes Sociales.

Emprendimientos sociales.

La generación de emprendimientos para la solución de problemas sociales. La gestión de la innovación dentro de las entidades sociales.

Costos e ingresos del emprendimiento.

Análisis económico de la empresa. Concepto del costo de oportunidad. Identificación de los costos fijos y costos variables. Costos directos y costos indirectos. Precios y punto de equilibrio.

6. METODOLOGÍA DIDÁCTICA y FORMAS DE INTEGRACIÓN DE LA PRÁCTICA

A) Estrategias de enseñanza

1. Aprendizaje colaborativo centrado en la acción.
2. Análisis de casos de estudio contextualizados.
3. Proyección de videos.

4. Simulación de las etapas centrales del proceso emprendedor a partir de situaciones incidentales.
5. Desarrollo de un emprendimiento en el contexto real de trabajo profesional.

B) Métodos y Técnicas de enseñanza

1. Elementos de práctica reflexiva: Esto se logra con cuestionarios y problemas que se deberán resolver en la 1 ½ hs. Al finalizar la clase los estudiantes podrán presentar situaciones problemáticas relacionadas con emprendimientos de interés, estas situaciones podrán ser planteadas en clase y resueltas con la guía del docente.
2. Retroalimentación permanente: Las clases son teórico-práctico por lo que se hacen preguntas que favorecen el ida y vuelta del tema, lo que supone que el estudiante podrá interactuar con el docente y otros estudiantes logrando un conocimiento compartido y una negociación de significados.
3. El tema nuevo de la clase se empieza a partir del conflicto cognitivo: Esto se hace para generar en el estudiante una motivación intrínseca. Debe tratar de resolver el problema planteado haciendo uso activo del conocimiento, llegando al final de la clase con la comprensión del tema y logrando retener los conceptos fundamentales del mismo.

7. FORMAS DE EVALUACIÓN

La evaluación se realiza en dos tramos de presentación de un proyecto de emprendimiento para el cual deberá presentar en la primera evaluación los cinco primeros puntos del modelo CANVAS. La segunda evaluación parcial se realizará sobre los puntos restantes del mismo modelo CANVAS para el emprendimiento seleccionado por el estudiante.

Además, de las instancias de evaluación descriptas, se realizará una evaluación conceptual del nivel de participación en las clases. Específicamente se evaluará la capacidad de relación, reflexión y argumentación para disensos o consensos respecto de los temas planteados en el curso.

CONDICIÓN DEL ESTUDIANTE AL FINALIZAR EL CURSO

PROMOCIÓN SIN EXAMEN FINAL

- Cumplir con el 80 % de la asistencia a las clases
- Alcanzar una nota igual o superior a cuatro (4) puntos, que implica un sesenta por ciento (60%) de logro de las capacidades o competencias propuestas como objetivos del curso.
- El estudiante que no alcance esa calificación quedará en condición de Libre como única opción posible.

Dadas las características del curso **no** se considerará la opción de aprobación de la asignatura en carácter de alumno libre. Asimismo, **no** se contemplará por igual

motivo la condición de asistencia cumplida.

8. BIBLIOGRAFIA GENERAL (*) Obligatoria () Optativa**

- Bolman, L. & Deal, T. (1995): "Organización y Liderazgo: el arte de la decisión" - Addison Wesley/Iberoamericana (**)
- Bygrave, W. (1997). The portable MBA in entrepreneurship John Wiley y Sons, New York (**)
- De Pablo I., Alfaro F, Rodríguez M., Valdés E. (2012) Fomento de la figura del emprendedor social: La escuela de emprendedores sociales. Cap 26. En 100 buenas prácticas en emprendimiento universitario. González SC, Asón Toca J.M. y Santamaría Renedo A. Eds.p:140-144 (*)
- Drucker, P. (1986). "La innovación y el empresario innovador: la práctica y sus principios "; Edhasa (**)
- Etzkowitz H. (1997) "The Triple Helix: academy-industry-government relations and the growth of neo-corporatist industrial policy in the US" EC Social Sciences cost A3, vol 4. Bruselas (**)
- Etzkowitz, H. (2002). "The Second Academic Revolution. MIT and the Rise of Entrepreneurial Science. Routledge Press.(**)
- Fainstein, H. (1997) "la gestión de equipos eficaces". Macchi (*)
- McClelland D.C: (1961), The achieving society, The Free Press, New York (**)
- Sábato, J. (2011). "El pensamiento latinoamericano en la problemática ciencia-tecnología-desarrollo-dependencia". Ed. Biblioteca Nacional.(*)
- Shapero, A., & Sokol, L. (1982). The social dimensions of entrepreneurship. En C. Kent, Sexton, D., Vesper, K. (Ed.), Encyclopedia of Entrepreneurship: 72-90. Englewood Cliffs, New Jersey: Prentice-Hall. (**)
- Timmons, J. (1999). New venture creation: entrepreneurship for the 21st century. McGraw-Hill, Boston (**)
- SI...¡DE ACUERDO!: CÓMO NEGOCIAR SIN CEDER. / Reger Fischer y Williams Ury. Bogotá: Norma, 1985. (*)
- Streaming.ágilmente. Aprendé cómo funciona tú cerebro para potenciar tu creatividad y vivir mejor. (**)
- TODOS GANAN: CLAVES PARA LA NEGOCIACIÓN ESTRATEGICA EN LOS AMBITOS PERSONAL Y LABORAL. /Carlos Altschul, Enrique Fernandez Longo. Buenos Aires: Paidos, 1992. (**)
- Kotler y Keller. "Dirección de Marketing" (*)
- Osterwalder. "CANVAS Business Model" (*)



Anexo Resolución Consejo Directivo

Hoja Adicional de Firmas

1821 Universidad de Buenos Aires

Número:

Referencia: Anexo - Asignatura Optativa Desarrollo Emprendedor LGA plan de estudio 2018 - EXP-UBA 74.866-19 -

El documento fue importado por el sistema GEDO con un total de 6 pagina/s.