

	UNIVERSIDAD DE CÓRDOBA	CÓDIGO: FDOC-0XX VERSION: 01 EMISION: 18/02/2019 PÁGINA 1 de 7
	PLAN DE CURSO	

1. INFORMACIÓN BÁSICA

1.1. Facultad	FACULTAD DE CIENCIAS ECONÓMICAS, JURÍDICAS Y ADMINISTRATIVAS	1.2. Programa	ADMINISTRACIÓN EN FINANZAS Y NEGOCIOS INTERNACIONALES		
1.3. Área	GESTIÓN Y ORGANIZACIONAL	1.4. Curso	PLAN DE NEGOCIOS		
1.5. Código	1024055	1.6. Créditos	2		
1.6.1. HDD	16	1.6.2. HTI	48	1.7. Año de actualización	2020

2. JUSTIFICACIÓN

La dinámica económica conlleva a que el mundo de los negocios sea más competitivo, lo cual requiere de profesionales idóneos con capacidad de generar planes de negocios que contribuyan al desarrollo de la región. Teniendo en cuenta los factores de competitividad y los diferentes planes de desarrollo como ejes centrales para el planteamiento de los planes de negocios, los cuales se desarrollaran en el marco de las tendencias actuales del mercado.

Por lo anterior, este curso abordará temas relacionados con la formulación de planes de negocios desde perspectivas prácticas que les permitan a los estudiantes del programa de Administración en Finanzas y Negocios Internacionales, apropiarse de los contenidos fundamentales de la metodología de presentación de planes de negocios.

3. PROPÓSITOS DE FORMACIÓN

El propósito del curso Plan de Negocios, es contribuir al proceso de desarrollo regional, mediante el ejercicio de formación integral de los estudiantes del programa de Administración en Finanzas y Negocios Internacionales de la Universidad de Córdoba, teniendo en cuenta la metodología de presentación de planes de negocios. El curso propone formar estudiantes en los conceptos básicos de desarrollo de estudios de mercado, técnico y organizacional, impactos del plan de negocios, estudio financiero y las fuentes de financiación.

	UNIVERSIDAD DE CÓRDOBA	CÓDIGO: FDOC-0XX VERSION: 01 EMISION: 18/02/2019 PÁGINA 2 de 7
	PLAN DE CURSO	

4. COMPETENCIAS

4.1. Específicas

- Desarrolla el proceso de investigación de mercado para determinar la viabilidad comercial del plan de negocios.
- Aplica conocimientos en la elaboración óptima del módulo técnico y organizacional para llevar a cabo en el plan de negocios.
- Analiza los impactos que tiene el plan de negocios.
- Cuantifica el monto de las inversiones fijas, diferidas y de capital de trabajo requeridas en el plan de negocios.
- Evalúa financieramente el plan de negocios para determinar la factibilidad de la inversión.
- Identifica las diferentes fuentes de financiación para el plan de negocios.

4.2. Transversales

- Identificar segmentos de mercado donde se pueda desarrollar el plan de negocios.
- Permitir al estudiante un aprendizaje autónomo y la toma de decisiones.
- Capacidad cognitiva de aplicar los conocimientos para hacer rentable las inversiones del plan de negocios.

	UNIVERSIDAD DE CÓRDOBA	CÓDIGO: FDOC-0XX VERSION: 01 EMISION: 18/02/2019 PÁGINA 3 de 7
	PLAN DE CURSO	

5. CONTENIDOS

UNIDAD I

MODULO DE MERCADO

- Producto o Servicio
- Consumidor Final
- Delimitación Geográfica
- Análisis de la Demanda
- Análisis de la Oferta
- Canales de Comercialización
- Análisis de Precios
- Imagen Corporativa
- Estrategia de Publicidad

UNIDAD II

MODULO TECNICO Y ORGANIZACIONAL

- Tamaño de Producción
- Localización Optima
- Distribución en Planta
- Proceso de Producción o de servicio
- Naturaleza Jurídica
- Direccionamiento Estratégico
- Organigrama
- Manual de Funciones

UNIDAD III

IMPACTOS DEL PLAN DE NEGOCIOS

- Impacto Económico
- Impacto Social
- Impacto Económico

UNIDAD IV

MODULO FINANCIERO

- Inversiones Fijas

PLAN DE CURSO

- Inversiones Diferidas
- Inversiones en Capital de Trabajo
- Distribución de Costos
- Punto de Equilibrio.
- Flujo Neto de Inversión
- Proyecciones Financieras
- Flujo Neto de Operación
- Flujo Neto del Proyecto
- Evaluación Financiera

UNIDAD V

- FUENTES DE FINANCIACIÓN**

	UNIVERSIDAD DE CÓRDOBA	CÓDIGO: FDOC-0XX VERSION: 01 EMISION: 18/02/2019 PÁGINA 5 de 7
	PLAN DE CURSO	

6. ESTRATEGIAS METODOLÓGICAS

Esta es una asignatura teórico-práctica en la cual el profesor orienta al estudiante mediante clases magistrales, lecturas dirigidas, seminarios, talleres y la aplicación de un plan de negocios para el logro de las competencias.

- **Clases magistrales.** Serán ofrecidas por el profesor con el objeto de familiarizar al estudiante con el sistema de conocimientos de la asignatura.
- **Seminarios.** Los estudiantes presentarán, con ayuda de medios audiovisuales, una publicación sobre la problemática de la generación del conocimiento. Esta estrategia está orientada a la reproducción de la información.
- **Lecturas dirigidas y complementarias.** Son complementos a los contenidos programáticos del curso. Servirán para retroalimentación y evaluación formativa. Las lecturas se realizarán en la semana sobre los tópicos que se estén desarrollando y ameriten esta actividad como el desarrollo del estudio de mercado, técnico, organizacional, financiero y la evaluación financiera de las inversiones. Esta estrategia está orientada a los niveles de asimilación de familiarización, reproducción y creación.
- **Talleres.** Se realizarán para crear habilidad y destreza en el manejo de la información. Esta estrategia implica la elaboración de informes, presentando los resultados en tablas y/o gráficas y confrontando los resultados con registrado en la literatura científica.

7. ACTIVIDADES Y PRÁCTICAS

7.1. Investigación Formativa

Se adelantará la actividad denominada proyecto de aula, que tiene por objeto habilitar a los estudiantes en la presentación de un plan de negocios de acuerdo a la metodología establecida por la Universidad.

7.2. Extensión Formativa

Se buscará la aplicación en el contexto regional de los planes de negocios, en la búsqueda de resolver problemáticas de los habitantes.

7.3. Prácticas Académicas

NO APLICA

	UNIVERSIDAD DE CÓRDOBA	CÓDIGO: FDOC-0XX VERSION: 01 EMISION: 18/02/2019 PÁGINA 6 de 7
	PLAN DE CURSO	

8. CRITERIOS DE EVALUACIÓN PARA EL DESARROLLO DE COMPETENCIAS

- Resolución de problemas y orientación al logro, aplicando los conocimientos adquiridos durante el programa de formación y utilizando la reflexión y la experiencia, de identificar, analizar y definir los elementos significativos que constituyen un problema u otras responsabilidades propias de su actividad profesional, con criterio y de forma efectiva, elaborando y proponiendo soluciones.

9. BIBLIOGRAFÍA

APRENDE A ELABORAR UN PLAN DE NEGOCIOS

Félix Velasco. Editorial Paidós. 2007

PLAN DE NEGOCIOS

Enrique Zorita Lloredas. ESIC. 2015

GUIA PRÁCTICA PARA UN PLAN DE NEGOCIOS

Germán Domínguez y Otros. Instituto Mexicano de Contadores. 2016

COMO DESARROLLAR UN PLAN DE NEGOCIOS

BRIAN FINCH, 2002. Editorial GEDISA

BARRINGER, B.R.; Ireland, R.D. Entrepreneurship: Successully Lanching New Ventures, Pearson Prentice Hall, Nueva Jersey, 2010.

VENKATARAMAN, S. Entrepreneurship: Creatin somethin new and of during value with very limited resources, The Protatable MBA, cuarta edición John Wiley, Nueva Tork, 2003.

E-Libro

ProQuest

Sciencie Direct

Scopus

Jstor

Legiscomex

	UNIVERSIDAD DE CÓRDOBA	CÓDIGO: FDOC-0XX
	PLAN DE CURSO	VERSION: 01 EMISION: 18/02/2019 PÁGINA 7 de 7