



# UNIVERSIDAD DE CÓRDOBA

**CÓDIGO:**  
FDOC-088  
**VERSIÓN:** 03  
**EMISIÓN:**  
08/03/2021  
**PAGINA**  
1 DE 7

## PLAN DE CURSO

### 1. INFORMACIÓN BÁSICA

|                                      |                       |                                       |                         |                                  |        |
|--------------------------------------|-----------------------|---------------------------------------|-------------------------|----------------------------------|--------|
| <b>1.1. Facultad</b>                 | Ciencias de la Salud  | <b>1.2. Programa</b>                  | Administración en Salud |                                  |        |
| <b>1.3. Área</b>                     | Formación Profesional | <b>1.4. Curso</b>                     | Plan de Negocios        |                                  |        |
| <b>1.5. Código</b>                   | 1006173               | <b>1.6. Créditos</b>                  | 2                       |                                  |        |
| <b>1.6.1. Horas D.D (Sincrónica)</b> | 32                    | <b>1.6.2. Horas T.I (Asincrónico)</b> | 64                      | <b>1.7. Año de actualización</b> | 2023-1 |

### 2. JUSTIFICACIÓN

Plan de negocios es un curso del área profesional – sexto semestre – del programa administración en salud en modalidad a distancia – de la facultad de ciencias de la salud de la Universidad de Córdoba, busca articular el nuevo entorno económico ya que considera aspectos claves para el desarrollo de actividades productivas tanto de bienes como de servicios que generen valor agregado y prospectivo para alcanzar las metas que se propone el estudiante como persona y como profesional. Para lograrlo, es necesario un plan de vida que le permita simular los diferentes aspectos claves o variables socioeconómicas que componen el mismo.

El desarrollo de este curso permite al estudiante la estructuración de su plan de negocio soportado en una idea, producto de la revisión y análisis del entorno, el cual cada día es más competitivo gracias a la globalización y al desarrollo de las tecnologías que ha permitido a la empresa un mejor manejo de la información y conocimiento del mercado; en la formulación de un plan innovador que responda a las necesidades y problemáticas del medio.

El aporte del curso a las competencias del programa se evidencia mediante Comprensión de la estructura técnica administrativa y financiera requerida para la formulación de proyectos de emprendimiento; de igual forma el desarrollo del curso evidencia las características del perfil de egreso al evaluar las alternativas de financiación y de inversión en una organización teniendo en cuenta el estimativo de costos, rentabilidad y riesgo.

Es así como la Universidad de Córdoba establece dentro de su Proyecto Educativa Institucional (PEI) lo siguiente "La investigación de la Universidad de Córdoba se concibe como un proceso de generación de conocimiento articulado a la función docente, que se nutre y retroalimenta de las potencialidades y limitaciones del desarrollo regional y las demandas sociales, contribuyendo a la formación integral de los educandos y al mejoramiento de la calidad educativa, mediante el desarrollo de la capacidad de análisis, de comprensión, espíritu innovador y de creación".



# UNIVERSIDAD DE CÓRDOBA

**CÓDIGO:**  
FDOC-088  
**VERSIÓN:** 03  
**EMISIÓN:**  
08/03/2021  
**PAGINA**  
2 DE 7

## PLAN DE CURSO

Todo esto fundamentado en la ley 1014 de 2006, donde se promueve la investigación en Colombia lo que es de vital importancia para el desarrollo tanto local, regional y nacional del país, esto genera que se involucre la educación y precisamente es en la universidad donde se debe incentivar la formación de estudiantes con espíritu emprendedor, esto hará que sean más competitivos en las empresas, profesionales altamente calificados que den respuesta a los diferentes desafíos en los distintos campos de nuestra sociedad y de esta manera se reducirían las tasas de desempleo y pobreza en nuestro país (Ramírez, 2011).

Su articulación con los objetivos de desarrollo sostenible N°9 Industria, innovación e infraestructura ya que busca La inversión en infraestructura y la innovación son motores fundamentales del crecimiento y el desarrollo económico. Con más de la mitad de la población mundial viviendo en ciudades, el transporte masivo y la energía renovable son cada vez más importantes, así como también el crecimiento de nuevas industrias y de las tecnologías de la información y las comunicaciones.

Los avances tecnológicos también con esenciales para encontrar soluciones permanentes a los desafíos económicos y ambientales, al igual que la oferta de nuevos empleos y la promoción de la eficiencia energética. Otras formas importantes para facilitar el desarrollo sostenible son la promoción de industrias sostenibles y la inversión en investigación e innovación científicas. Más de 4.000 millones de personas aún no tienen acceso a Internet y el 90 por ciento proviene del mundo en desarrollo. Reducir esta brecha digital es crucial para garantizar el acceso igualitario a la información y el conocimiento, y promover la innovación y el emprendimiento. Los países, tanto desarrollados como en vías de desarrollo están abordando el emprendimiento como una alternativa a la incertidumbre laboral de nuestra época y a la necesidad de creación de riqueza de la población, especialmente en el caso de los jóvenes (ONU, 2019).

Finalmente, el curso PLAN DE NEGOCIOS es el inicio de la ruta para que el estudiante presente una propuesta de creación de empresa como alternativa de opción de grado; los aspectos de la propuesta serán: Planteamiento del problema, descripción y formulación del problema, justificación, objetivo general y objetivos específicos, marco referencial: conceptual, teórico, legal, Investigación de mercado. (Tipo y método de investigación, 2. Población, descripción, del segmento de mercado y, tamaño de la muestra, Instrumentos de recolección de la información, Procedimiento para recolectar la información. Análisis de los datos recolectados).



### 3. PROPÓSITOS DE FORMACIÓN

Formular el plan de negocios de acuerdo a las variables metodológicas que permitan desarrollar competencias emprendedoras que conlleven a la generación de valor en su proyecto de vida, permitiéndole además la oportunidad de identificar iniciativas empresariales y desarrollar planes de negocio que conduzcan a la conformación de empresas sostenibles o que generen riqueza para su entorno

### 4. COMPETENCIAS GENERAL DEL CURSO

Elaboro un plan de negocio que evidencie la investigación de mercados teniendo en cuenta Tipo y método de investigación, Población, descripción, del segmento de mercado y, tamaño de la muestra, instrumentos de recolección de la información, Procedimiento para recolectar la información y análisis de los datos recolectados con el fin de iniciar la ruta para la creación de la propuesta de opción de grado – “Creación de Empresa”

### 5. UNIDADES DE APRENDIZAJE

- I. GENERALIDADES PLAN DE NEGOCIOS:** ¿Qué es el plan de negocios?, Ventajas del plan de negocios, Desventajas del plan de negocios, Errores en la elaboración del plan de negocios, Razones para escribir el plan de negocios, Planteamiento del problema, descripción y formulación del problema, árbol del problema, marco lógico, marco referencial, método CANVAS.
- II. IDENTIFICACION Y VALORACIÓN DE IDEAS DE NEGOCIO:** ¿Qué es necesidad? ¿Qué es el deseo?, generación de ideas de negocio, Identificación de Problemas y oportunidades de negocios, su idea de negocio, identificación y validación de idea de negocio.
- III. ESTRUCTURA DE PLAN DE NEGOCIOS:** formulación y preparación, obtención y creación de información, generalidades y metodología para la investigación de mercado, estudio de mercado, estudio administrativo, evaluación, flujo de caja y análisis de rentabilidad y estudio financiero.



### **5.1 UNIDADES DE COMPETENCIA (U OBJETIVOS DE APRENDIZAJE)**

**OA1:** Reconozco la importancia del desarrollo de ideas de negocios de acuerdo al contexto económico, social y político.

**OA2:** Formulo ideas de negocio de acuerdo a la estructura de marco lógico -CANVA de acuerdo a las necesidades del sector productivo y el entorno.

**OA3:** Genero ideas de negocio viables y productivas que resuelvan necesidades específicas de acuerdo al contexto y al entorno económico.

### **5.2 RESULTADOS DE APRENDIZAJE**

**R.1:** Comprende problemas del entorno y sus posibles soluciones a través de ideas de negocio de acuerdo a la metodología de marco lógico y CANVA.

**R.2:** Define el planteamiento del problema, objetivos y justificación de la idea de negocios dando respuesta a la necesidad planteada.

**R.3:** Realiza el plan de negocios de acuerdo a la estructura de marco lógico -CANVA, presentadas como producto la estructura del plan de negocios definiendo, título, planteamiento del problema, justificación, objetivos, marco referencial y estudio de mercados aplicando normas ICONTEC – APA

## **6. COMPETENCIAS TRANSVERSALES**

**6.1 Comunicativa:** Actividades de lectura, argumentación y producción textual

**6.2 Producción escrita:** informes académicos, ensayos, artículos, etc.

**6.2 Razonamiento cuantitativo:** resultados, análisis e interpretación de gráficas, tablas, lectura crítica de procesos, contextos, fenómenos etc.

**6.3 Ciudadanas:** Trabajo en grupo, Trabajo colaborativo, respeto de las ideas, puntos de vista, argumentos y comportamientos de los compañeros, dilemas morales, simulaciones.

**6.4 inglés:** lectura de artículos, videos, películas, documentales, entrevistas



**6.5 Investigativa:** Bases de datos relacionadas con el proceso de aprendizaje.

**6.6 Emprendimiento e innovación:** actividades propositivas a través de Aprendizaje basado en problemas, estudio de casos, juego de roles y Retos

## **7. ESTRATEGIAS METODOLÓGICAS**

Generales: ABP- Aprendizaje basado en problemas

Específicas: talleres a través de 6 guías de aprendizaje

En relación a las didácticas de aprendizaje y evaluación se emplearán las lecturas complementarias, debates, foros, mesa redonda, sociodrama, entre otros, dado que se busca que el estudiante desarrolle la habilidad de relacionarse adecuadamente con su contexto, utilice las técnicas adecuadas para la transmisión de los conocimientos, difusión de ideas y expresar sus puntos de vista.

## **8. ACTIVIDADES Y PRÁCTICAS**

Este curso tiene como propósito realizar una actividad practica con el apoyo de la unidad de emprendimiento del Servicio Nacional de aprendizaje SENA con el fin de fortalecer las ideas de negocios formuladas por los estudiantes.

## **9. BIBLIOGRAFÍA**

American Psychological Association. (2010). Publication Manual of the American Psychological Association (6th ed.). Washington, DC: Author.

Congreso de Colombia. (2 de agosto de 2006). De fomento a la cultura del emprendimiento. [Ley 905 de 2004]. DO: 45.628.

Congreso de Colombia. (10 de julio de 2000). Por la cual se dictan disposiciones para promover el desarrollo de las micro, pequeñas y medianas empresa. [Ley 590 de 2000]. DO: 44.078.

Crissien Castillo, J. (2006). Espíritu empresarial como estrategia de competitividad y desarrollo económico. Revista Escuela de Administración de Negocios, (57). Recuperado de <http://www.redalyc.org/html/206/20605706/>

David, R.F. (2012). Conceptos de administración estratégica. México: Pearson Educación.



Delfín Pozos, F. L., & Acosta Márquez, M. P. (2016). Importancia y análisis del desarrollo empresarial. Pensamiento & Gestión, (40).

Dolabela, Fernando. (1999). O Segredo de Luísa – uma idéia, uma paixão e um plano de negócios: como nasce o empreendedor e se cria uma empresa. São Paulo: Cultura Editores Associados.

Durán-Rojas, E. (2016). Guía para presentación de trabajos académicos en la Facultad de Ciencias Administrativas, Contables y Afines. (Documento de docencia N° 32). Bogotá: Ediciones Universidad Cooperativa de Colombia. Doi: <https://doi.org/10.16925/greylit.1978>

MENDEZ MORALES. Fundamentos de Economía. México: Mc Graw Hill. 1997, 318 ps.

HILL, Charles y JONES, Gareth. Administración Estratégica. Un enfoque integrado. Bogotá: Mc Graw Hill. 1996, 2540 ps.

MIRANDA MIRANDA, Juan José. Proyectos Factibles. La Cultura de Proyectos Instrumentados de modernización y competitividad. Bogotá: Nueva Colombia Industrial. 1996, 548 ps.

Phillip Kotler - Gary Armstrong. Mercadotecnia. 6ª. edición; México, 1994. Acevedo Bedoya, H. (2016). Desarrollo empresarial en Colombia (Master's thesis, Universidad EAFIT). Recuperado de <https://repository.eafit.edu.co/handle/10784/11497>

SAPAG, CHAIN y Nassir y Reinaldo. Preparación y Evaluación de Proyectos. Buenos Aires: Mc Graw Hill. 2000, 438 ps.

Petit Torres, E. E. (2007). La gerencia emprendedora innovadora como catalizador del emprendimiento económico. Revista de Ciencias Sociales (Ve), 13(3). Recuperado de <http://www.redalyc.org/pdf/280/28011681010.pdf>

Pineda, D. D., & Torres, M. A. C. (2010). Las estrategias y tecnologías estratégicas en la competitividad de las empresas. México, D.F., MX: Instituto Politécnico Nacional. Recuperado de <http://www.ebrary.com>

Poncio, D. (2010). Animarse a emprender. Eduvim. Recuperado de <https://ezproxyucor.unicordoba.edu.co:2214>

Prieto H. Jorge Eliecer. (2011). Gestión Estratégica Organizacional. Eco Ediciones. Bogotá.



# UNIVERSIDAD DE CÓRDOBA

**CÓDIGO:**  
FDOC-088  
**VERSIÓN:** 03  
**EMISIÓN:**  
08/03/2021  
**PAGINA**  
**7 DE 7**

## PLAN DE CURSO

Rodríguez, H. A. R., Gómez, C. H. P., & Rojas, M. N. M. (2007). Aporte de Oriente a las empresas de Occidente Sun Tzu un clásico de la estrategia. *Universidad & Empresa*, 6(12), 117-140.

Rojas, L. M. D., & Medina, M. L. J. (2011). *Planeación estratégica: fundamentos y casos*. Ediciones de la U. Recuperado de <https://ezproxyucor.unicordoba.edu.co:2214>

Sánchez, C., & Lasagna, M. (2013). *Innovación pública: un modelo de aportación de valor*. RIL Editores, Santiago, Chile. Recuperado de <https://ezproxyucor.unicordoba.edu.co:2214>

Servicio Nacional de Aprendizaje. (2007). *Ser Empresario*. Dinero-SENA. Recuperado de [http://biblioteca.sena.edu.co/exlibris/aleph/u21\\_1/alephe/www\\_f\\_spa/icon/10227/serempresario1/index.html](http://biblioteca.sena.edu.co/exlibris/aleph/u21_1/alephe/www_f_spa/icon/10227/serempresario1/index.html)

Urbano, D., & Toledano, N. (2008). *Invitación al emprendimiento: una aproximación a la creación de empresas*. Editorial UOC, Barcelona. Recuperado de <https://ezproxyucor.unicordoba.edu.co:2214>

### BIBLIOGRAFÍA DE TEXTOS EN INGLÉS

- Burespard, Brandes. *The motivation manifesto*. editorial Conesta. 2 edición. 2016.
- Elejabeitia, Jon. *Coaching con desing thinking*. Editorial Nextyon. 2018.
- Cillins, Jim. *Good to cread*. Editorial Harper Business. 1 edición. 2001.

## 10. OPERACIONALIZACIÓN DEL CURSO POR UNIDADES DE APRENDIZAJE

**Anexo 1.** Operacionalización del Curso (Formato **FDOC-096**)