

TERCERO: El Seminario Taller: "Fomento de la Iniciativa Empresarial", consta de tres (3) fases que facilitan el desarrollo de las competencias emprendedoras de los estudiantes, consta de cuarenta (40) horas divididas en cinco (5) sesiones de ocho (8) horas o diez (10) sesiones de cuatro (4) horas. La modalidad se plantea en dos (2) días hábiles de cuatro (4) horas o durante los días sábados en horario extendido de ocho (8) horas. El Seminario Taller: "Fomento de la Iniciativa Empresarial", se matriculará bajo el Código N° 4732.

CUARTO: Las fases del Seminario Taller: "Fomento de la Iniciativa Empresarial", son:

**PRIMERA FASE:
"LA ACTITUD EMPRENDEDORA PARA LA OCUPACIÓN EMPRESARIAL"**

Objetivos Específicos	Contenidos	Metodología	Bibliografía
1. Dialogar acerca de la determinación y espíritu del hombre y la mujer como fuente del ser emprendedor. 2. Explicar el concepto de autorrealización a fin de potenciar procesos de autoempleo. 3. Reconocer la importancia de poseer actitudes creativas e innovadoras para iniciar proyectos. 4. Fomentar el pensamiento creativo para generar ideas de negocios. 5. Describir el perfil del emprendedor. 6. Analizar el concepto de auto-ocupación desde el ámbito de micro o pequeña empresa.	1. La iniciativa Empresarial a. El ser Emprendedor 2. La autorrealización y el emprendimiento a. Conceptos b. Expectativas hacia logros. 3. La creatividad e innovación a. Conceptos b. La creatividad para proyectos de negocio. 4. El pensamiento creativo a. Métodos para generar ideas de negocio. b. Descubrir oportunidades c. En atención a las necesidades de los clientes. 5. Habilidades y destrezas del emprendedor 6. El proyecto a ocuparse a. Cómo iniciarlo. b. El ámbito de la micro y pequeña empresa. c. Componentes de la empresa	✓ Dinámicas de grupo. ✓ Talleres para fomentar la autorrealización y la creatividad. ✓ Presentaciones de trabajo grupal. ✓ Plenaria.	○ Sheffsky, Lloyd E. Los Emprendedores No Nacieron Hacernos. McGraw-Hill. México, 1999 ○ Gino, Janet. Pensamiento Creativo para "T. M. Amabile's Modelo of Creativity". Israel, 2000 ○ Alcaraz Rodríguez, Eduardo. El Emprendedor de éxito. McGraw- Hill 2001. ○ Davis, Keith. Comportamiento Humano en El Trabajo. Davis y Newstrom. McGraw Hill, 2003.

**SEGUNDA FASE:
LA MERCADOTECNIA Y LA GESTIÓN EMPRESARIAL**

Objetivos Específicos	Contenidos	Metodología	Bibliografía
1. Definir el concepto de mercadotecnia y su importancia para el proyecto. 2. Describir la mezcla de mercado para la ejecución del proyecto. 3. Analizar los conceptos de	1. La Mercadotecnia a. Definición b. El mercado: definición y diferencias. 2. La mezcla de mercado y sus aplicaciones. 3. La demanda y la oferta. a. La competencia, estrategias y tácticas. 4. Elementos básicos de la función administrativa. 5. La necesidad de recurso humano.	✓ Estudio y análisis de casos. ✓ Talleres sobre la búsqueda de mercado. ✓ Talleres para aplicar las funciones administrativas. ✓ Jornadas grupales para preparar un plan de negocio. ✓ Presentaciones	○ Levinton, Guillermo. Marketing (Comercialización), Enfoque Directivo en la empresa moderna. Israel 2001. ○ Fundamentos de Marketing. William Stanton, McGraw Hill. 2007

<p>demanda y oferta en contexto empresarial.</p> <p>4. Precisar los elementos básicos de las funciones administrativas.</p> <p>5. Considerar la necesidad del recurso humano.</p> <p>6. Describir los beneficios del plan de negocio y sus componentes, para el proyecto de empresa.</p>	<p>6. El plan de negocio.</p> <p>a. Concepto, importancia y beneficios.</p> <p>b. Método práctico de elaboración.</p>	<p>o Salazar Leytte, Jorge. <i>Cómo iniciar una pequeña empresa.</i> CECSA. 2002.</p> <p>o Ivancevich, Lorenzi y Skinner. <i>Gestión, Calidad y Competitividad.</i> McGraw Hill. 2000</p>
------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------	------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------	-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------

**TERCERA FASE:
ASPECTOS LEGALES, CONTABLES Y DE FINANCIAMIENTO**

Objetivos Específicos	Contenidos	Metodología	Bibliografía
<p>1. Explicar la importancia de la contabilidad y los métodos de aplicación básicos para la gestión emprendedora.</p> <p>2. Analizar los conceptos de costos y gastos.</p> <p>3. Dialogar acerca de las ventajas del punto de equilibrio para la toma de decisiones.</p> <p>4. Informar sobre las instituciones de crédito.</p> <p>5. Examinar los requerimientos básicos en la evaluación de un crédito.</p> <p>6. Considerar los trámites legales y municipales para la apertura del negocio.</p> <p>7. Evaluar las ventajas y desventajas</p>	<p>1. La contabilidad</p> <p>a. Definición, objetivos e importancia.</p> <p>b. Elementos básicos y métodos de aplicación.</p> <p>2. Costos y gastos</p> <p>a. Conceptos y diferencias</p> <p>3. El punto de equilibrio</p> <p>a. Definición y utilidad.</p> <p>4. Instituciones y organismos de crédito.</p> <p>1. Evaluación crediticia.</p> <p>5. El contexto legal</p> <p>a. Aspectos de importancia.</p> <p>b. La tramitación.</p> <p>6. Plan de acción para la ocupación empresarial.</p> <p>a. Evaluar ventajas y desventajas.</p>	<p>✓ Talleres para la actividad contable y elaborar un flujo de caja.</p> <p>✓ Análisis de casos y situaciones de aplicación.</p> <p>✓ Lecturas dirigidas y jornadas grupales.</p>	<p>o Ánzola Rojas, Sérvulo. <i>Administración de Pequeñas Empresas.</i> McGraw. 1999.</p> <p>o Principios Básicos de Contabilidad. McGraw Hill. 2002</p>

para el inicio de la ocupación empresarial.			
---------------------------------------------	--	--	--

QUINTO: El Seminario Taller: "Fomento de la Iniciativa Empresarial", se dictará opcionalmente a los estudiantes graduandos de todas las carreras impartidas en la Universidad Especializada de las Américas, del periodo académico 2010, tanto en la sede principal como en las Extensiones Universitarias.

Realícese en el periodo de verano 2011, la primera jornada de inducción del Seminario Taller "Fomento de la Iniciativa Empresarial" a profesores y estudiantes.

El Seminario Taller: "Fomento de la Iniciativa Empresarial", se impartirá con carácter de obligatoriedad dentro de los nuevos planes de estudios que se oferten en la Universidad Especializada de las Américas.

SEXTO: El presente acuerdo académico entrará a regir a partir de su firma.

Se le instruye a la Secretaría General fijar el presente acuerdo en su mural principal por un término de tres (3) días hábiles, a fin de cumplir con la publicación pertinente.

Una vez desfijado el presente acuerdo académico, remítase mediante nota de estilo copia a Rectoría y a todas las dependencias universitarias.

Dado a los treinta y un (31) días del mes de agosto de dos mil diez (2010), en la sede de la Universidad Especializada de las Américas, ubicada en Albrook, Corregimiento de Ancón, Distrito y Provincia de Panamá, República de Panamá.

Berta T. de Arce
Dra. Berta Torrijos de Arce
 Presidenta



Eric García González
Mgter. Eric García González
 Secretario

MCDLD



UNIVERSIDAD ESPECIALIZADA DE LAS AMÉRICAS
CONSEJO ACADÉMICO

ACUERDO N° 025- 2010
(de 31 de agosto de 2010)

“Por el cual se aprueba el Seminario Taller: Fomento de la Iniciativa Empresarial”.

El Consejo Académico en uso de sus facultades estatutarias,

CONSIDERANDO:

Que en sesión de Consejo Académico celebrado el 10 de agosto de 2010, se presentó la propuesta del Seminario Taller: “Fomento de la Iniciativa Empresarial”.

Que el citado seminario taller pretende que los estudiantes graduandos, poseedores de capacidades importantes, generen ideas innovadoras, a fin de transformarlas en proyectos empresariales para incorporarlas al mercado, como nuevas firmas con capacidad de crecimiento sobre la base de la invención.

Que la necesaria vinculación “universidad-empresa” promueve nuevas ideas, productos y servicios con características diferenciales en el marco de la tecnología y la innovación para una sociedad cada vez más competitiva.

Que la universidad es el espacio ideal para fomentar el emprendedurismo, que a través de sus planes académicos, transforma al estudiante en un profesional con iniciativa y decisión. Es el fundamento ideal que requiere un Centro de Emprendedurismo Universitario.

Que el seminario es un modelo interactivo de formación para la iniciativa, cuya finalidad es exaltar las virtudes creativas e innovadoras de los estudiantes de las distintas disciplinas de la UDELAS, induciéndolos al empleo con las fortalezas de su mayor recurso, sus propias especialidades académicas, de una manera sencilla y práctica.

Que lo relevante del seminario taller, es la estimulación en los estudiantes, el pensamiento creativo, el espíritu crítico, la capacidad de gestión, la comunicación y la toma de decisiones, que en conjunto el seminario les ofrece para saber cómo ocuparse en sus propios negocios.

Que la propuesta del Seminario Taller: “Fomento de la Iniciativa Empresarial”, consta de tres (3) fases que facilitan el desarrollo de las competencias emprendedoras de los estudiantes, consta de cuarenta (40) horas divididas en cinco (5) sesiones de ocho (8) horas o diez (10) sesiones de cuatro (4) horas. La modalidad se plantea en dos (2) días hábiles de cuatro (4) horas o durante los días sábados en horario extendido de ocho (8) horas.

Que luego de presentada y sustentada la propuesta del Seminario Taller: “Fomento de la Iniciativa Empresarial”, los miembros del Consejo Académico otorgaron voto favorable para su aprobación.

Que de conformidad con lo dispuesto en el artículo 42 del Estatuto Orgánico de la Universidad Especializada de las Américas, el Consejo Académico,

ACUERDA:

PRIMERO: Aprobar, como en efecto aprueba el Seminario Taller: “Fomento de la Iniciativa Empresarial”.

SEGUNDO: El objetivo del Seminario Taller: “Fomento de la Iniciativa Empresarial”, consiste en ofrecer una formación metódica y científica que estimule y fortalezca la capacidad de iniciativa empresarial, el espíritu emprendedor, así como las competencias personales necesarias para desarrollar procesos de autogestión y de microempresa.