

**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.	<b>1. La iniciativa Empresarial</b> a. El ser Emprendedor  <b>2. La autorrealización y el emprendimiento</b> a. Conceptos b. Expectativas hacia logros.  <b>3. La creatividad e innovación</b> a. Conceptos b. La creatividad para proyectos de negocio.  <b>4. El pensamiento creativo</b> a. Métodos para generar ideas de negocio. b. Descubrir oportunidades c. En atención a las necesidades de los clientes.  <b>5. Habilidades y destrezas del emprendedor</b>  <b>6. El proyecto a ocuparse</b> 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	<b>1. La Mercadotecnia</b> a. Definición b. El mercado: definición y diferencias.  <b>2. La mezcla de mercado y sus aplicaciones.</b> <b>3. La demanda y la oferta.</b> a. La competencia, estrategias y tácticas.  <b>4. Elementos básicos de la función administrativa.</b> <b>5. La necesidad de recurso humano.</b>	✓ 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

