



UNIVERSIDAD DE SAN CARLOS DE GUATEMALA
FACULTAD DE INGENIERIA
ESCUELA DE CIENCIAS Y SISTEMAS



PROGRAMA DEL CURSO DE EMPRENDEDORES DE NEGOCIOS INFORMATICOS

CODIGO:	790	CREDITOS:	4
ESCUELA:	Ciencias y Sistemas	AREA:	Metodología de Sistemas
PRERREQUISITO:	Sistemas organizacionales y gerenciales	POSTREQUISITO:	
CATEGORIA:	Optativo	SECCION:	
HORAS POR SEMANA DEL CURSO:	2 horas	HORAS POR SEMANA DE LABORATORIO:	1 hora
DIAS QUE SE IMPARTE EL CURSO:	Sabado	DIAS DE LABORATORIO	Sabado
HORARIO DEL CURSO:		HORARIO DE LABORATORIO:	

DESCRIPCIÓN DEL CURSO

El curso busca formar en el futuro profesional de ingeniería en ciencias y sistemas una visión práctica que le permita ejecutar y llevar a buen término proyectos e iniciativas de negocio y empresa, con los cuales poder asegurar un desarrollo sostenido no solo para si mismo sino para su entorno y su comunidad. Al mismo tiempo se busca asegurar que el estudiante esté en capacidad de dominar los conceptos necesarios para desarrollar y administrar sistemas de información que permitan apoyar de manera efectiva los procesos clave de una empresa.

OBJETIVOS GENERALES

- Desarrollar competencias en el estudiante que permitan ubicarlo en un rol de gerente y/o emprendedor.
- Que el estudiante visualice a la empresa moderna como un sistema y conozca las partes e integración de estas.
- Que el estudiante identifique las características que deben cumplir los sistemas de información de apoyo a la toma de decisiones y de análisis estratégico.
- Que el estudiante desarrolle y aplique los conceptos básicos asociados a los procesos clave del negocio en términos de mercadeo, finanzas y operaciones.

METODOLOGÍA

- Clase magistral impartida 1 vez por semana
- Clase laboratorio impartida 1 vez por semana
- Proyecto de modelado de negocio y especificación de requerimientos
- Tareas y evaluaciones complementarias
- Autoestudio

Partiendo de un análisis del entorno a través de herramientas proporcionadas por el curso prerrequisito (sistemas organizacionales y) gerenciales 1 y por medio de sesiones de clase y ejercicios teórico/prácticos, se pretende formar al estudiante en la detección de oportunidades existentes que puedan ser traducidas en negocios redituables a través de la adecuada utilización de conceptos de gestión relacionados con estrategia, mercadeo, finanzas y operaciones.



EVALUACIÓN DEL RENDIMIENTO ACADÉMICO:

Aspecto	Valor
Tareas	10
Asistencia y participación	15
Proyecto	40
Laboratorio	10
Total zona	75
Examen final	25

CONTENIDO PROGRAMÁTICO

1. Unidad 1. Oportunidad de Emprendimiento
 - o Estructura y ciclo de vida de las industrias
 - o Fuentes de oportunidad de negocio
 - o Tipos de cambios en el entorno y oportunidades
 - o Oportunidades de negocio e innovación
2. Unidad 2. Naturaleza Emprendedora
 - o Naturaleza emprendedora: "Entrepreneur" vrs. "Intrapreneur"
 - o Creación de empresas y proyectos de negocio
 - o Características de un emprendedor
 - o Estructura del plan de negocios
3. Unidad 3. Consideraciones en la creación de una empresa
 - o Definición del Mercado
 - o Gestión de apertura de una empresa
 - o Fuentes de investigación para un emprendedor
 - o Fuentes de financiamiento para proyectos empresariales
 - o Instituciones de apoyo a proyectos empresariales
 - o Negocios sociales
4. Unidad 4. Gestión empresarial para emprendedores
 - o Procesos humanos
 - o Administración de Operaciones
 - o Gestión Financiera
 - o Innovación de procesos de negocio
 - o Propuesta e implementación de proyectos empresariales

BIBLIOGRAFIA

- Information Rules. A Strategic Guide to Network Economy. Shapiro, Varian. Harvard Business School.
- Administración un Enfoque basado en Competencias. Hellriegel-Jackson-Slocum. International Thomson Editores.
- Comportamiento Organizacional. Hellriegel-Slocum-Woodman. International Thomson Editores.
- Contabilidad Financiera. Warren-Reeve-Fess. International Thomson Editores.
- Presupuestos. Planificación y control de utilidades. Welsch-Hilton-Gordon. Prentice Hall.
- Process Innovation. Reengineering work through Information Technology. Thomas H. Davenport. Harvard Business School Press.
- Strategic marketing. David W. Cravens, Nigel F. Piercy. McGraw Hill.
- Corporate Strategy. Resources and the scope of the firm. Collins-Montgomery. Irwin McGraw Hill.
- Operations management for competitive advantage. Chase-Jacobs-Aquilano. Irwin McGraw Hill.
- Entrepreneurship. Hisrich-Peters-Shepherd. McGraw Hill.
- Finding Fertile Ground. Scott A. Shane. Wharton School Publishing.
- Corporate Finance. Ross-Westerfield-Jaffe. McGraw Hill.



- Managerial Economics. Thomas/Maurice. McGraw Hill International Edition.
The Business of Software: What Every Manager, Programmer, and Entrepreneur Must Know in Good Times and Bad. Cusumano, Michael A. New York, NY: Free Press