

CURSO DE POSTGRADO

EMPRENDEDURISMO O CREACIÓN DE EMPRESAS

Profesor

Dr. Hernán Gabriel Jacobsohn

Perfil de destinatarios:

Dirigido a emprendedores y profesionales que deseen formarse para llevar adelante emprendimientos, o asesorar en la formación de nuevas organizaciones o negocios. El curso estará orientado a la creación de emprendimientos innovadores y dinámicos.

Síntesis del curso:

La carrera profesional puede pasar por diferentes senderos. El ser emprendedor es un modo de pensar y actuar. Está orientado hacia la búsqueda y el aprovechamiento de oportunidades en lugar de a los recursos que se poseen. Esto implica pensar en términos de creadores de trabajo en vez de buscadores de empleo.

Los emprendedores crean sus propias empresas, organizaciones sociales o unidades de negocios en grandes empresas. También es posible encontrarlos en el ámbito de las políticas públicas o en la cultura. En tal sentido, necesitan comunicar sus ideas tanto informalmente como formalmente a través de los planes de negocios.

En este curso se busca introducirlos en el proceso emprendedor, identificando oportunidades, pensando cómo transformarlas en valor y apropiarse de éste. Esto implica pensar en organizaciones de alto crecimiento

Objetivos del curso:

Comprender la importancia del espíritu empresarial para la creación de valor, en los aspectos personales y como fuente de desarrollo y crecimiento económico. Además de conocer diferentes aspectos que permitan crear sus propias organizaciones, distinguir las diversas formas de ser emprendedor, identificar oportunidades de negocios, proponer y evaluar alternativas de modelos de negocios para apropiarse del valor generado por la oportunidad, y confeccionar un plan de empresa para explotar la oportunidad.

Contenidos Mínimos:

- El proceso emprendedor
- Competencias y Carrera Emprendedora
- Detección y evaluación de Oportunidades

- Modelos de negocios
- Recursos y Capital Emprendedor
- Planes de negocios convincentes

Programa:

Unidad 1: Emprendedores y emprendimientos: definiciones. Tipos de emprendimientos. Competencias emprendedoras. Proceso emprendedor

Unidad 2: Oportunidades de negocios. Características. Fuentes para identificarlas. Evaluación: aspectos relacionados con el entorno. Aspectos relacionados al equipo emprendedor.

Unidad 3: Modelos de negocios: concepto y partes. Modelos de negocios innovadores.

Unidad 4: Desarrollo de clientes: evaluación de modelos de negocios en el mercado. Producto mínimo viable. Testeo.

Unidad 5: Los recursos necesarios para iniciar una empresa. Bootstrapping. Inversores ángeles y capital de riesgo.

Unidad 6: Planes de negocios.

Bibliografía:

- Bayo, A. - Jacobsohn, G. (2014) "Diccionario de competencias emprendedoras"
- Blank, S. (2012) The Startup Owner's Manual: the step-by-step guide for building a great company. K&S RanchPublishers.
- Freire, A. (2004) Pasión por Emprender. Cap. 6,7 y 8. Editorial Aguilar.
- Jacobsohn, G. (2007) El proceso de Emprender. En; Vicente, M.A. "Administración General". Ed. Pearson
- Jacobsohn, G. (2007) Exploradores de recursos: la forma de iniciar una empresa con poco capital. Programa de Jóvenes Emprendedores Rurales. SAGPyT de la Nación.
- Mullins, J.W. (2003) The new businessroad test. Prentice Hall.
- Osterwalder, A. & Pigneur, Yves (2012) Generación de modelos de negocios, Deusto.
- Ries, E. (2011) El método Lean Startup. Deusto.
- Shane, S. (2004) Finding Fertile Ground: Identifying Extraordinary Opportunities for New Ventures. WhartonSchool Publishing.

Casos

- Historia de un emprendedor argentino.
- MABB: buscando un modelo de negocios.
- Onapsis: primeros pasos de una empresa global.

Estrategias pedagógicas y comunicacionales:

Durante las clases se hará uso de diferentes metodologías de enseñanza para permitir la incorporación de conocimientos, habilidades y actitudes por parte de los asistentes. Para ello se trabajará con análisis de casos, ejercicios de auto-evaluación, clases magistrales, análisis de presentaciones en videos y debates en pequeños grupos.

Modalidad de evaluación

Se evaluará a los participantes del curso en diferentes instancias con la siguiente ponderación:

- Análisis de casos en forma grupal e individual (30 %)
- Presentación y evaluación de una oportunidad de negocios en forma individual y escrita (60 %)
- Participación en clases (10%)

Criterios para la acreditación:

Asistencia a instancias presenciales del 75%

Cumplimiento en tiempo y forma de actividades e instancias de evaluación.
