



Universidad Autónoma de Zacatecas  
"Francisco García Salinas"

Unidad Académica de Enfermería  
Licenciatura en Nutrición



**Identificación de la UDI**

|                                    |                           |                                      |                         |
|------------------------------------|---------------------------|--------------------------------------|-------------------------|
| <b>Programa Educativo:</b>         | Licenciatura en Nutrición | <b>Unidad Didáctica Integradora:</b> | Cultura Emprendedora    |
| <b>Créditos SATCA:</b>             |                           | <b>Semestre:</b>                     | 8vo Semestre            |
| <b>Horas/Semana Teoría</b>         | 2                         | <b>Clasificación:</b>                | Disciplinar/Transversal |
| <b>Horas/Semana Práctica</b>       | 2                         | <b>UDI Prerrequisitos:</b>           |                         |
| <b>Plan de Estudios</b>            | 2017                      | <b>Clave UDI:</b>                    |                         |
| <b>Ponderación teoría/práctica</b> | 50/50                     | <b>Área</b>                          | Ciencias de la Salud    |

|                                   |   |
|-----------------------------------|---|
| <b>Objetivo General de la UDI</b> | Fomentar actitud emprendedora en el alumno<br>Identificar oportunidades de autoempleo con la generación de un proyecto de negocio innovador |
|-----------------------------------|---|

|                   |   |
|-------------------|---|
| <b>Contenidos</b> | <p><b>INTRODUCCIÓN</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>Situación laboral en el contexto internacional, nacional y estatal</li> <li>Seguimiento de egresados de Lic. En Nutrición (Situación laboral)</li> <li>Necesitamos líderes, no jefes</li> <li>El emprendedor visionario e innovador</li> </ul> <p>BLOQUE UNO: Naturaleza del proyecto</p> <p>1.1. Generación de ideas</p> |
|-------------------|---|

- 1.2. Producto o servicio de la empresa
- 1.3. Nombre de la empresa
- 1.4. Descripción de la empresa
- 1.5. Objetivos de la empresa (corto, mediano y largo plazo)
- 1.6. Misión y visión de la empresa
- 1.7. Ventajas Competitivas
- 1.8. Análisis de la industria o sector
- 1.9. Calificaciones para entrar al área

#### BLOQUE DOS: El mercado

- 2.1. Objetivos de la mercadotecnia
- 2.2. Investigación de mercado
- 2.3. Estudio de mercado
- 2.4. Metodología y diseño del instrumento
  - 2.4.1. Encuesta
  - 2.4.2. Población y muestra (Segmento de mercado)
  - 2.4.3. Prueba piloto
  - 2.4.4. Aplicación de encuesta
  - 2.4.5. Programa estadístico SPSS
  - 2.4.6. Resultados obtenidos (Tablas de frecuencia)
  - 2.4.7. Conclusiones del estudio realizado
- 2.5. Distribución y puntos de venta
- 2.6. Promoción del producto o servicio
- 2.7. Fijación y políticas de precio
- 2.8. Plan de introducción al mercado
- 2.9. Riesgos y oportunidades de mercado
  - 2.9.4. Plan de Introducción al Mercado y sistema de ventas

#### BLOQUE TRES: Producción

- 3.1. Objetivos del área de producción
- 3.2. Especificaciones del producto o servicio

|  |  |
|--|--|
|  | <p>3.3. Descripción del proceso de producción o prestación del servicio</p> <p>    3.3.1. Diagrama de flujo del proceso</p> <p>3.4. Características de la Tecnología</p> <p>3.5. Equipo e Instalaciones</p> <p>3.6. Materia Prima</p> <p>    3.6.1. Identificación de proveedores y costos</p> <p>3.7. Capacidad Instalada</p> <p>3.8. Manejo de Inventarios</p> <p>3.9. Diseño y distribución de planta y oficina</p> <p>3.10. Programa de Producción.</p> <p><b>BLOQUE CUATRO: Organización</b></p> <p>1. Estructura Organizacional</p> <p>2. Funciones específicas del puesto</p> <p>3. Capacitación y desarrollo del personal</p> <p>4. Sueldos y salarios</p> <p>5. Evaluación del desempeño</p> <p><b>BLOQUE CINCO: Finanzas y Aspectos legales.</b></p> <p>5.1. Análisis de costos</p> <p>    5.1.1 Costos fijos</p> <p>    5.1.2 Costos variables</p> <p>5.2. Sistemas de Financiamiento</p> <p>5.3. Aspectos legales y fiscales</p> <p>    5.3.1 Tipos de sociedades</p> <p>5.4. Sistemas de Financiamiento</p> <p>5.5. Protección Legal del proyecto</p> |
| <p><b>Estrategias de Enseñanza - Aprendizaje</b></p> | <p>Presentar programa a desarrollar en el ciclo escolar Enero-Junio</p>  |

|   |   |
|---|---|
|   | <p>Clase</p> <p>Visita guiada egresados con negocios propios:</p> <p>Visita Incubadora empresa</p> <p>Visita Secretaria de Economía</p> <p>Investigación de Mercados</p> <p>Exposición modelo de negocio</p> <p>Presentación proyecto de negocio</p> <p>Asistencia Semana Nacional del Emprendedor-México</p> <p>Foro Emprendedor de la Nutrición</p> <p>La cámara de Gesell- Focus Group</p> <p>Encuesta línea Survey Monkey, Google Drive-Formulario</p>  |
| <p><b>Recursos y Materiales Empleados</b></p> | <p>Salón de clases</p> <p>Cañón</p> <p>Pintaron</p> <p>Plumones para pintaron</p> <p>Transporte para realizar visitas</p> <p>Licencia programa estadístico Spss versión 22</p>  |
| <p><b>Procedimiento de Evaluación</b></p>     | <p>Prueba 1 20%</p> <p>Prueba 2 20%</p> <p>Exposición 30%</p> <p>Proyecto de negocio 30%</p>  |
| <p><b>Bibliografía</b></p>                    | <p>Ahmed, P. K. (2012). <i>Administración de la Innovación</i>. México: Pearson.</p> <p>Allen, M. (2002). <i>El emprendedor visionario</i>. California EUA: Ucrano S.A.</p> <p>Brooks, A. C. (2009). <i>Social entrepreneurship a modern approach to social value creation</i>. Pearson Prentice Hall.</p> <p>Cámara de Comercio de Bogotá. (2009). <i>El docente como promotor y formador del emprendimiento</i>. Bogotá: Camara de Comercio de Bogota.</p> <p>Catmull, E. (2015). <i>Creatividad S.A</i>. México: conecta.</p> <p>E, G. S. (2013). <i>Creatividad e innovación aplicadas al desarrollo emprendedor. Experiencias de la red latinoamericana de buenas prácticas de cooperación Universidad Santa Fe, Argentina</i>. Santa Fe, Argentina.</p> |

|  |   |
|--|---|
|  | <p>Favolle, A. (2007). <i>Entrepreneurship and new value creation the dynamic</i>. New York: Cambridge University Press.</p> <p>Gerber, M. E. (2005). <i>El mito del emprendedor</i> . México: Paidós empresa .</p> <p>Grand, D. J. (30 de abril de 2010). Obtenido de Informador.mx : <a href="http://www.informador.com.mx/jalisco/2010/197702/6/la-importancia-del-emprendedurismo-en-el-futuro-economico-de-mexico.htm">http://www.informador.com.mx/jalisco/2010/197702/6/la-importancia-del-emprendedurismo-en-el-futuro-economico-de-mexico.htm</a></p> <p>Kuehl, C. (1988). <i>Empresarios pequeños y medianos</i> . Mexico: Pearson Hill .</p> <p>Lesur, L. (2009). <i>Manual del emprendedor</i> . México: Trillas.</p> <p>Levitt, T. (1974). <i>Marketing for business growth</i>. New York: McGraw Hill .</p> <p>Waisburd, G. (2001). <i>Creatividad Inteligente</i>. México: Byblos.</p> |
|--|---|