

UNIVERSIDAD TECNOLÓGICA DE PEREIRA
FACULTAD DE TECNOLOGÍA
ADMINISTRACIÓN INDUSTRIAL

**Código de asignatura: BA7D2 - Nombre CREACION DE EMPRESAS Y NUEVOS
NEGOCIOS**

Nombre del programa académico	Administración Industrial
Nombre completo de la asignatura	CREACION DE EMPRESAS Y NUEVOS NEGOCIOS
Área académica o categoría	Teórico / práctico
Semestre y año de actualización	2022-1
Semestre y año en que se imparte	2023-2
Tipo de asignatura	[X] Obligatoria [] Electiva
Número de créditos ECTS	2
Director o contacto del programa	John Jairo Sánchez Castro
Coordinador o contacto de la asignatura	jasaca@utp.edu.co

Descripción y contenidos

1. Breve descripción

El curso de Microeconomía hace énfasis en el comportamiento de las organizaciones y concretamente en el estudio de los mecanismos que hace que una empresa maximice su beneficio total dadas unas condiciones de mercado y unas condiciones técnicas establecidas. Se estudiará en detalle los incentivos de las empresas en ambientes de competencia perfecta y ambientes distintos a la competencia perfecta (monopolio, competencia monopolística, oligopolio)

2. Objetivos del Programa

Educar integralmente personas, con pensamiento administrativo y organizacional para la toma de decisiones estratégicas en las organizaciones. **os teóricos e instrumentos**

básicos que le permita comprender cómo funcionan las diferentes estructuras de mercados existentes, cómo se forman los precios en cada una de ellas y cómo cada mercado realiza la asignación de recursos.

2.1 Objetivo de la asignatura

Desarrollar capacidades para que el estudiante, a partir de la reflexión crítica, apropie y construya una base de conceptos, postulad

3. Resultados de aprendizaje

Aplicar modelos económicos y financieros en los diferentes contextos que le permiten gestionar sistémicamente los procesos en las organizaciones, con principios éticos, morales y ambientales, para la toma de decisiones encaminadas a mejorar su desempeño.

4. Contenido

UNIDAD I

INTRODUCCION AL CURSO Y GENERALIDAD DE LA ASIGNATURA

1. Objetivo y decisión de la empresa capitalista.
2. Instrumentos de evaluación del beneficio máximo.
3. Métodos de evaluación del beneficio máximo.

UNIDAD II

MERCADO DE COMPETENCIA PERFECTA

1. Principios básicos y características del mercado competitivo.
2. El equilibrio competitivo de corto plazo de la empresa y del mercado.
3. El equilibrio competitivo de largo plazo de la empresa y del mercado.
4. La eficiencia de un mercado de competencia perfecta.
5. La importancia de la información y su impacto en el ajuste del mercado y el equilibrio competitivo.

UNIDAD III

MERCADO DE COMPETENCIA IMPERFECTA

1. MERCADO DE COMPETENCIA IMPERFECTA (Conceptualización)

Principios básicos y características del mercado de competencia imperfecta.

Causas y consecuencias del surgimiento de las “imperfecciones” del mercado.

2. EL MONOPOLIO

3. COMPETENCIA MONOPOLÍSTICA

4. MERCADO OLIGOPÓLICO

UNIDAD IV

ÉTICA Y MERCADO

1. Mercado, ética, tecnología, medio ambiente y posibilidades del desarrollo integral del ser humano

1.1. Mercado, tecnología y ética

1.2. Triada Mercado: tecnología, medio ambiente y posibilidades del desarrollo integral del ser humano (desarrollo a escala humana)

5. Requisitos

Sin requisitos

6. Recursos

- **Actividades prácticas en aplicación a cada clase**
- **Se distribuirá los 12 capítulo del libro para que hagan el ejercicio en grupos**
- **Exposición en clase, cada equipo de 2 o 3 estudiantes escoge su tema (último ítem del temario propuesto**
- **Se suministra una guía para el desarrollo del trabajo (equipos de 3 estudiantes)**
- **Incluye toda la temática y se hace el último día**
- **Actividad experiencial de todo un día a convenir con el grupo**
- **Actividad individual donde se narra una historia empresarial de éxito o de fracaso en el país**

7. Herramientas técnicas de soporte para la enseñanza

- **Correo electrónico institucional. Reunión a través de Google meet en caso de ser necesarias**

8. Trabajos en laboratorio y proyectos

Ensayos y actividades extra-clase

9. Métodos de aprendizaje

Interacción de los tres factores de aprendizaje: el manejo de ideas y conceptos, desarrollo de elementos creativos e innovadores y aplicación práctica de conceptos y creaciones tratadas.

10. Métodos de evaluación

Promedio de talleres y actividades de clase – 35%

Trabajo práctico de ejecución de un plan de desarrollo de una idea de negocio – 10%

Exposición de fuentes de fomento de ideas y planes de negocio – 10%

Análisis de un capítulo del libro “La Nueva Milla Extra” – 10%

Empresas familiares – 10%

Conversatorio de una historia empresarial – 10%

Fuentes de fomento de ideas y planes de negocio – 5%

Examen final – (sin porcentaje especificado)