

CORPORACIÓN UNIVERSITARIA REMINGTON – CURRÍCULO DE ASIGNATURA

1. VISIÓN GENERAL

1.1 DATOS GENERALES

Programa: LOE – Líneas de Orientación Específica

Asignatura: Creación de Empresas (LOE II OPTATIVA III)

Semestre o nivel	No. de créditos	Horas Tutoría	Horas independientes	Total horas
05	3	30	114	144

1.2 INTRODUCCIÓN

La creación de empresas es un tema que está a la orden del día en todo el mundo y se ha convertido no sólo en un campo de estudio sino en una competencia que todo profesional de cualquier área debe manejar con cierta propiedad toda vez que se ha vuelto una condición urgente para propiciar el desarrollo de las regiones y las naciones. En este orden de ideas, el estudiante debe ser dotado de una serie de herramientas y habilidades que le permitan visualizar, de manera holística y sistémica, el horizonte que ha de conducirlo hacia el éxito empresarial, desde la materialización de una idea en un producto que dará origen a la empresa que lo pondrá en el mercado.

En el entendido de que el proceso de formación y creación de una empresa usualmente comienza cuando surge un idea, o un conjunto de ideas, al analizar la demanda insatisfecha que existe en el mercado convencional o ante la eventualidad de crear una oportunidad en un nuevo mercado, cuando se lanza un producto novedoso e innovador, lo cual genera expectativas en los potenciales consumidores motivándolos al consumo, se hace necesario, luego de esto, crear la plataforma desde donde se lanzará ese producto a la conquista de dicho mercado. El *quid* del asunto es, entonces, constituir la empresa que hará dicho lanzamiento.

Los conceptos de un espíritu emprendedor y de una visión empresarial se han asociado a personas creativas, con iniciativa, emprendedoras que movilizan recursos y asumen riesgos enormes muchas veces para fundar organizaciones empresariales de los más diversos órdenes. En particular, nos interesan las personas que crean empresas, es decir, las organizaciones del mundo de los negocios, al cual pertenecen también las grandes corporaciones nacionales y transnacionales y toda una suerte de pequeñas y medianas empresas que batallan día a día por competir, sobrevivir y



CORPORACIÓN UNIVERSITARIA REMINGTON – CURRÍCULO DE ASIGNATURA

posicionarse en los mercados. Para esas personas con espíritu emprendedor y visión empresarial se ha concebido la presente asignatura: creación de empresas.

1.3 IMPORTANCIA

La asignatura creación de empresas pretende fomentar la capacidad emprendedora y la visión empresarial de los estudiantes del programa de Administración de Negocios Internacionales, siendo especialmente recomendada para aquellos estudiantes que poseen iniciativa empresarial, o esperan desarrollarla, y quieran crear su propia empresa. Una cosa es tener una idea de negocio, otra cosa es que esta idea se pueda materializar en un proyecto que de cómo resultado un producto y otra bien distinta, y compleja, es crear la empresa a través de la cual se elaborará, se mercadeará y se venderá ese producto.

El desarrollo del programa de la asignatura busca proporcionar a los estudiantes los conocimientos y la información necesaria para que elaboren su propio proyecto o plan de empresa, que en el contexto colombiano se conoce también como plan de negocios, partiendo de una oportunidad visualizada en el mercado que pueda convertir en un proyecto para desarrollar un producto; luego se espera que el curso promueva, estimule e incentive en los estudiantes en el desarrollo de una mentalidad abierta, creativa y global, que concientice sobre la necesidad de interactuar interdisciplinariamente, relacionándose con muchos tipos de personas en diferentes escenarios, exhibiendo una gran vocación de servicio, con alta preocupación por la calidad en los productos y en las organizaciones y con una visión prospectiva e innovadora. De acuerdo con lo anterior, y para lograr dotarlos de los elementos necesarios de emprendimiento y empresarismo para la creación de una empresa, se han concebido unos contenidos que respondan a dicho propósito. Los contenidos genéricos de la asignatura en grandes líneas son los siguientes:

1. Del mercado global a la idea, y de la idea al proyecto (producto)
2. Del proyecto (producto) a la empresa
3. De la empresa al mercado global



CORPORACIÓN UNIVERSITARIA REMINGTON – CURRÍCULO DE ASIGNATURA

1.4 COMPETENCIAS (de egreso)

- Desarrolla la capacidad analítica y creadora necesaria para formular su propio proyecto empresarial mediante la aplicación de los conceptos teóricos adquiridos desde un principio a partir del análisis del mercado.
- Tiene la capacidad de organización y planificación necesaria para ejecutar y llevar adelante el proyecto empresarial formulado.
- Está capacitado para formular y elaborar un plan de negocio (plan de empresa).

1.5 OBJETIVOS

1.5.1 OBJETIVO GENERAL

- Fundamentar el proceso de creación de una empresa, partiendo de la exploración y análisis del mercado y las oportunidades de negocio que exhibe frente a las mentes preparadas, identificando ideas potenciales que puedan materializarse en un producto con el cual pueda crearse y constituirse legalmente el tipo de empresa más apropiado para la penetración y posicionamiento en los mercados globales.

1.5.2 OBJETIVOS ESPECÍFICOS.

Los objetivos que se pretenden alcanzar mediante la realización de esta asignatura son los siguientes:

- Identificar la naturaleza y características del entorno empresarial, las condiciones necesarias para alentar el espíritu emprendedor y el desarrollo de una visión empresarial y los elementos constitutivos de un plan de negocio.
- Conocer, partiendo de la naturaleza de un producto, los diferentes escenarios que motivan la creación de empresas y las formas de ser constituidas legalmente

CORPORACIÓN UNIVERSITARIA REMINGTON – CURRÍCULO DE ASIGNATURA

- Formular un proyecto empresarial, con sus diferentes características, componentes y planes, mediante el cual pueda llevarse un producto al mercado global.

1.6 REQUISITOS (de ingreso)

Para un óptimo aprovechamiento del curso, se espera que, como mínimo, el estudiante ya haya cursado las asignaturas: Fundamentos de administración y Competencias comunicativas. Sería muy importante, además, que haya realizado el curso de Gerencia Estratégica. Para efectos de entender mejor la implementación de la empresa en las temáticas económico-financieras es contar a su haber con los cursos de Contabilidad financiera y Costos y Presupuestos. Si al mismo tiempo se está cursando la asignatura Fundamentos de Mercadeo, esto dará una mejor visión panorámica del tema de creación de empresas.

Por otra parte, la asignatura Creación de Empresas, con un enfoque de la gestión administrativa y financiera requiere, eso sí, de las suficientes habilidades lingüísticas en la lectura de textos en español e inglés, fundamentalmente en las relativas a la comprensión lectora: entendimiento del significado de las palabras, comprensión de las proposiciones vehiculadas por las frases, comprensión de párrafos y comprensión de textos propiamente dicha (incluyendo la realización de inferencias y deducciones de diversa naturaleza, la capacidad de síntesis de las ideas principales, y la capacidad de relacionar ideas principales y secundarias, entre otras), es decir el manejo de Las siguientes competencias básicas y fundamentales:

- **Correcto uso del lenguaje materno.**
 - Comprender los textos escritos, dando cuenta del tema global y de los subtemas, identificando y jerarquizando las unidades de información semántica que los estructuran, interpretando la información explícita e infiriendo la información implícita, atribuyendo valores y reflexionando a partir del significado de lo que lee en una amplia gama de textos.
 - Seleccionar, jerarquizar, analizar y relacionar la información.



CORPORACIÓN UNIVERSITARIA REMINGTON – CURRÍCULO DE ASIGNATURA

- Comunicar las ideas en forma oral y escrita, sabiendo estructurar y presentar el trabajo académico, habiendo alcanzado un nivel ortográfico aceptable, manejando adecuadamente la puntuación, haciendo uso de una importante disponibilidad léxica, usando correctamente las estructuras gramaticales-oracionales.

- **Compromiso con su proceso educativo.**
 - Tener conciencia de que su rol como estudiante no se reduce a recibir pasivamente la información y demostrar poseerla en una prueba, sino que debe ser parte activa del continuo proceso de enseñanza y aprendizaje.

 - Comprender que el conocimiento no es una colección de hechos ni tiene un carácter meramente cuantitativo.

 - Considerar al docente o tutor como facilitador del proceso de aprendizaje y no como fuente de transmisión de esos saberes.

 - Reflexionar acerca de su actitud frente a la adquisición del conocimiento y adecuar sus tácticas y estrategias de estudio a los requerimientos universitarios, mostrando autonomía a la hora de organizar su dedicación al proceso de aprendizaje.

 - Tener autonomía y criterio propio para obtener, procesar e integrar información proveniente de fuentes diversas, entendiéndolo como un enriquecimiento del proceso de enseñanza y aprendizaje.



CORPORACIÓN UNIVERSITARIA REMINGTON – CURRÍCULO DE ASIGNATURA

- **Capacidad de integrar diferentes enfoques.**
 - Considerar las diferentes opiniones (incluso, sobre un mismo tema) como fuente de enriquecimiento intelectual propio del conocimiento universal y de la enseñanza universitaria y no como una falla del sistema educativo que denunciaría incoherencias y debilidades.
 - Saber trabajar en equipo, siendo parte activa del mismo, propiciando el diálogo, el acuerdo y la cooperación.
 - Reconocer el carácter dinámico de los saberes, relativizando algunas certezas, reconociendo preconceptos errados y modificándolos a la luz del nuevo conocimiento.



CORPORACIÓN UNIVERSITARIA REMINGTON – CURRÍCULO DE ASIGNATURA

1.7 ESQUEMA

Área		Nivel de Formación		Objetivos				
Global	Específica			General		Específicos		
Administración	Procesos Industriales		Perceptual	Conocer	X	Conocer		
				Describir		Describir		
			Aprehensivo	Comparar	X	Identificar		
				Analizar		Analizar		
		X	Comprensivo	X	Fundamentar	Explicar		
					Predecir	Predecir		
					Proponer	X	Formular	
			Integrativo		Modificar	Modificar		
					Utilizar	Confirmar		
					Evaluar	Evaluar		
		Indicadores Metodológicos						
		Propósito de Formación			Fundamentación conceptual			
X	Fundamentación procedimental							
	Aplicación en el saber específico							
Competencias a Desarrollar			Interpretativas					
			Argumentativas					
		X	Propositivas					
Uso del Conocimiento			Capacidad para representar					
		X	Capacidad para reconocer e identificar variables y situaciones					
			Capacidad para recordar objetos y sus propiedades					
Uso de Procedimientos			Habilidad y destreza para usar equipos					
		X	Habilidad y destreza para usar procedimientos de rutina					
			Habilidad y destreza para usar procedimientos complejos					

CORPORACIÓN UNIVERSITARIA REMINGTON – CURRÍCULO DE ASIGNATURA

2 UNIDADES

2.1 UNIDAD 1: DEL MERCADO GLOBAL A LA IDEA. DE LA IDEA AL PROYECTO (PRODUCTO)

- **Tema 1: Marco conceptual y referencial (análisis externo)**

- Introducción reflexiva

Análisis del entorno y visión empresarial

- Análisis del Entorno local, regional, nacional e internacional
- Factores sociales y culturales a tener en cuenta
- Innovación y creatividad como condiciones previas
- La globalización económica, financiera, comercial, cultural y tecnológica.
- Entorno empresarial y de mercado
- Otros factores de incidencia
- Investigación de mercados para el producto y para la empresa
- Lectura y análisis de las señales de mercado desde la visión prospectiva
- Ideas potenciales de productos desde el mercado observado. Autoevaluación

Relevancia de la creación de empresas en la actualidad

- Nuevas empresas y Pymes en la economía.
- Ventajas e inconvenientes de las pymes
- Empresas familiares y grandes empresas
- Las corporaciones multinacionales y transnacionales
- Enfoques teóricos del estudio de la función empresarial.
- La creación de nuevas empresas.

El plan de negocios (plan de empresa)

- Guía y formato estándar para la elaboración de un plan de negocios
- Autoevaluación

- **Tema 2: El emprendedor, el empresario, el negociante y la creación de empresas (análisis interno)**

- Introducción reflexiva

El emprendedor

- El emprendimiento y el espíritu emprendedor

CORPORACIÓN UNIVERSITARIA REMINGTON – CURRÍCULO DE ASIGNATURA

- El emprendedor: Cualidades y requisitos
- Mitos sobre el emprendedor
- Errores frecuentes del emprendedor

El empresario

- El empresarismo y el espíritu empresarial
- El empresario: características
- Ser negociante no es lo mismo que ser empresario
- Condiciones esenciales para el éxito empresarial
- Principales causas del fracaso empresarial
- Recomendaciones para crear empresas que duren y crezcan
- Autoevaluación

• Tema 3: Formas de acceso a la actividad empresarial

- Introducción reflexiva

De la idea del producto al proyecto empresarial

- Ideas obtenidas del mercado global
- Ideas que se transforman en proyectos. ¿Cuándo proceder?
- Proyectos que dan como resultado productos.
- Productos que inspiran el surgimiento de negocios y empresas
- Autoevaluación

2.2 UNIDAD 2: DEL PROYECTO (PRODUCTO) A LA EMPRESA

• Tema 1: Nacimiento y elección de la idea empresarial

- Introducción reflexiva

De la idea empresarial al proyecto empresarial

- Cómo pueden surgir las ideas empresariales
- El proceso de elección de la idea
- El desarrollo de la idea
- Contrastación de la idea
- Viabilidad de la idea y conversión en proyecto empresarial

CORPORACIÓN UNIVERSITARIA REMINGTON – CURRÍCULO DE ASIGNATURA

El proceso de creación de empresas

- Proceso general de creación de una empresa: fases
- Problemas potenciales y reales de la creación de empresas
- Generación de ideas de negocios.
- Creatividad empresarial
- Identificación y evaluación de una oportunidad empresarial
- Proceso estratégico. Modelo de negocio.
- Autoevaluación

○ **Tema 2: Los escenarios que motivan la creación de empresas**

- Introducción reflexiva

Criterios para la elección de un negocio, un producto y una empresa

- Inclinación a la producción. Productores o ensambladores
- Inclinación a la comercialización (mercadeo y ventas). Comercializadoras, Distribuidoras, Vendedoras al final de la cadena de valor
- Inclinación a la prestación de servicios basados en los productos de los productores o comercializadores.
- Inclinación a la prestación de servicios de apoyo o soporte

Formas de crear empresas e iniciarse como empresario

- Creación directa desde cero y creación por alianzas estratégicas
- *Star up, spin off*
- *Buy-out, Buy-in*
- La compra de empresas (*management buy-out*)
- Licenciamientos, franquicias
- Representaciones, distribuciones
- *Venture management*: los proyectos innovadores en las grandes empresas (*intrapreneurship o corporate entrepreneurship*)
- Autoevaluación

• **Tema 3: Asuntos legales: jurídicos-comerciales, laborales, fiscales, en las empresas**

- Introducción reflexiva

CORPORACIÓN UNIVERSITARIA REMINGTON – CURRÍCULO DE ASIGNATURA

Aspectos jurídicos-comerciales

- Constitución y operación de la empresa
- La forma jurídica de la empresa: tipos de sociedades
- Trámites de constitución y registro
- Obligaciones legales de funcionamiento
- Gobierno local: licencias, permisos, protección civil

Aspectos laborales

- Relaciones y derechos laborales
- Seguridad social
- Contratación. Contratos de trabajo
- Resolución de conflictos

Aspectos fiscales

- Inscripciones, declaraciones e impuestos
- Dificultades y conflictos tributarios.

Aspectos de protección de los derechos de propiedad intelectual

- La propiedad industrial
- Los derechos de autor
- Otros tópicos de propiedad intelectual

Otros aspectos de protección

- Protección ambiental
- Seguros y fianzas
- Riesgos legales del administrador

Crear empresa en Colombia

- Guía de pasos y trámites para crear una empresa en Colombia
- Autoevaluación

2.3 UNIDAD 3: DE LA EMPRESA AL MERCADO GLOBAL

• Tema 1 Plan administrativo

- Introducción reflexiva
- **Ciclo de vida de planeación de la empresa**
- Programa del plan de negocios
- Planeación y estrategia

CORPORACIÓN UNIVERSITARIA REMINGTON – CURRÍCULO DE ASIGNATURA

- Elementos de gerencia estratégica: misión, visión, principios, objetivos, análisis DOFA
 - El plan estratégico organizacional
 - **Organización de la empresa**
 - Estructura organizacional
 - Distribución de planta
 - Capacidad de producción y tiempos de respuesta
 - Gestión de recursos humanos (RRHH): talento humano, clima organizacional y ambiente de trabajo.
 - Motivación y liderazgo
 - Estímulo a la creatividad y la innovación
 - Organización de la empresa
- **Tema 2: El plan de marketing**
 - Introducción reflexiva
 - **Autodiagnóstico para el acceso a nuevos mercados**
 - Análisis DOFA
 - Segmentación de mercados
 - Marketing mix
 - Control presupuestario
 - **Estrategias de marketing y penetración de mercados**
 - Marketing local
 - Marketing regional
 - Marketing nacional
 - **Internacionalización de la empresa**
 - Gerencia internacional
 - La globalización: exploración de oportunidades, desafíos y retos
 - Penetración de mercados internacionales
 - Organismos y programas de apoyo al proceso de internacionalización
 - Las posibilidades de negocios con las empresas multinacionales y las corporaciones transnacionales (CTN)
 - Las posibilidades de negocios para las empresas a partir de la Inversión Extranjera Directa (IED)
 - Alianzas estratégicas para incursionar en nuevos mercados
 - Prospectiva organizacional de cara a la globalización
 - Autoevaluación



CORPORACIÓN UNIVERSITARIA REMINGTON – CURRÍCULO DE ASIGNATURA

- **Tema 3: Plan económico-financiero**

- Introducción reflexiva

Asuntos económico-financieros

- Aspectos contables y financieros para emprendedores y empresarios
- Análisis básico de costos para la producción de un bien
- El costeo en reversa desde el mercado
- Estructura financiera
- Plan de operaciones: inversiones, presupuesto operativo, presupuesto financiero

Financiación crediticia de la nueva empresa

- Mapa de organizaciones financieras de apoyo a la creación de empresas a nivel nacional e internacional
- Medios habituales del sistema financiero: Fondos de capital riesgo, *Business angels*, *Investor angels*,
- El problema de financiación de la nueva empresa y cómo intentan resolverlo los nuevos empresarios
- Errores a evitar
- Autoevaluación

2.3.1 Tema 4: Otros aspectos a tener en cuenta en la creación de empresas

- Introducción reflexiva
- Factores de éxito y fracaso de las nuevas empresas
- Redes y creación de empresas
- Medidas y organizaciones de apoyo a la creación de empresas
- Autoevaluación

3 RESUMEN

3.1 RELACIÓN CON OTROS TEMAS

El proceso de creación de empresas es un campo de estudio multidisciplinar en donde confluyen diversas áreas del conocimiento, en particular, los siguientes temas: mercadeo, derecho laboral, derecho comercial, derecho aduanero, derecho empresarial, derecho tributario, derecho de la propiedad intelectual, alianzas estratégicas, gestión y evaluación de proyectos, relaciones internacionales,

CORPORACIÓN UNIVERSITARIA REMINGTON – CURRÍCULO DE ASIGNATURA

internacionalización de la empresa, gerencia moderna, gestión financiera, teoría organizacional, comercio electrónico, prospectiva organizacional y de negocios, entre otros.

3.2 FUENTES

3.2.1 Fuentes bibliográficas

Textos guía básicos

- Rúa, N.A. (2012) *Módulo Creación de Empresas. Con el enfoque de la gestión administrativa y gerencial*. Medellín, COLOMBIA: Corporación Universitaria Remington.
- Amaru, A.C. (2008) *Administración para emprendedores. Fundamentos para la creación y gestión de nuevos negocios*. Naucalpan de Juárez, MÉXICO: Pearson Educación de México, S.A. de C.V.

Textos complementarios

- Prieto, C. (2007) *Práctica de negocios. Proyecto: Creación de una empresa*. México D.F., MÉXICO: Editorial Limusa.
- Galindo, C.J. (2006) *Manual para la creación de empresas. Guía de planes de negocios*. Bogotá D.C., COLOMBIA: Ecoe ediciones Ltda.
- González, F.J. (2006) *Creación de empresas. Guía del emprendedor*. Madrid, ESPAÑA: Ediciones Pirámide (Grupo Anaya, S.A.)
- De la Peña, A. (2005) *Proyecto empresarial*. Madrid, ESPAÑA: Thomson-Paraninfo, S.A.

3.2.2 Fuentes digitales o electrónicas

Textos electrónicos (e-book) gratuitos

En el portal de la organización Innovación Abierta, que se puede encontrar en el siguiente enlace, se dispone de tres libros gratuitos:

<http://www.innovacionabierta.com.co/profiles/blogs/tres-libros-sobre-desarrollo>

CORPORACIÓN UNIVERSITARIA REMINGTON – CURRÍCULO DE ASIGNATURA

El primer volumen titulado “Entrepreneurship” cubre aspectos conceptuales básicos a todo el tema de la iniciativa empresarial, la formación de nuevas empresas, la conceptualización del empresario, la búsqueda de oportunidades, etc.

El segundo volumen titulado “Educación Empresarial” , plantea diversos enfoques para el desarrollo de los procesos formativos que lleven a las personas a actuar con mentalidad empresarial

El tercer volumen titulado “Políticas para Pyme y gestión de empresa familiar” cubre los temas: Políticas para Creación de empresa y para Pyme, Gestión de Pymes y Gestión de Empresa Familiar.

Adicionalmente, Los libros electrónicos “Guía-Plan de negocios” y “ Guía-Como elaborar un plan de negocios” están disponibles en el enlace:

<http://administracionyliderazgo.blogspot.com/2011/11/descarga-gratis-libros-electronicos.html>

En caso de dificultades en acceder el enlace puede conectarse con:

<http://www.box.com/s/m6a5qp75j40n35xyn9u7>

Allí podrá encontrar otros textos gratuitos en temas de empresa, administración, liderazgo, marketing y otros. El sitio es de ADMINISTRACIÓN Y LIDERAZGO, un espacio para compartir temas de actualidad gerencial.

4 METODOLOGÍA

4.1 PRESENCIAL

Son varias las estrategias de enseñanza-aprendizaje que se utilizan en el presente curso para lograr altos niveles de aprehensión de conocimiento. Las siguientes son algunas de las estrategias didácticas para los momentos de interacción presencial de los estudiantes con su docente o tutor que se pueden aplicar en la asignatura para lograr una mayor comprensión, teniendo en cuenta los conceptos que se manejan a lo largo de la misma:

- Ejemplos prácticos y probados desde referentes internacionales y desde la experiencia e investigación del docente.

CORPORACIÓN UNIVERSITARIA REMINGTON – CURRÍCULO DE ASIGNATURA

- Exposiciones magistrales puntuales del docente con el apoyo de proyecciones de diapositivas en power point mediante video beam, la ayuda del tablero y la entrega de algunos materiales escritos para el trabajo en cada sesión.
- Discusiones reflexivas, desde las introducciones de cada módulo, con la participación de los estudiantes.
- Análisis de estudios de caso, en donde se exploran ciertas casuísticas con la intervención de los estudiantes.
- Talleres grupales sobre ciertos temas, con el análisis, discusión y presentación o exposición de resultados en unos casos, o construcción de elementos de conocimiento en otros.
- En algunos temas se aplicarán tests o pruebas para evidenciar ciertas conductas, conocimientos previos o simplemente para construir elementos de conocimiento.
- Asignación de ejercicios previos (para los talleres) que los estudiantes realizarán entre una sesión y otra a manera de Trabajo Independiente (TI)
- Autoevaluación al final de cada tema para que el estudiante obtenga su autodiagnóstico de la aprehensión de conocimiento lograda.
- Remisión a determinados portales o páginas web para hacer consultas o lecturas complementarias
- Envío, vía e-mail, de materiales complementarios, lecturas, indicaciones, sugerencias, recomendaciones, etc. para facilitar el aprendizaje.
- Chats virtuales, entre sesión y sesión, a través del Facebook o el Messenger, que pueden crearse especialmente para el curso.
- Consulta virtual (vía e-mail o chat), a manera de asesoría, entre el docente y el alumno, a lo largo del desarrollo del curso.
- Trabajo de simulación para formular un plan de negocios o un proyecto empresarial.



CORPORACIÓN UNIVERSITARIA REMINGTON – CURRÍCULO DE ASIGNATURA

4.2 DISTANCIA

Los medios

Textos: El módulo elaborado por un experto temático y la bibliografía sugerida por el curso en términos de libros y revistas.

Enlaces Bibliográficos: Enlaces que permiten acceder y bajar o descargar libros de texto completos desde internet. Los demás son referencias bibliográficas virtuales de portales o web sites con información de interés para el curso.

Guías de actividades: Cada profesor diseña el plan de la signatura, mediante el cual se articulan las temáticas y los tiempos, de tal forma que se dé respuesta al proceso de formación con base en créditos académicos.

Tecnológicos: se hace uso de los recursos audiovisuales que posea el Centro de Atención Tutorial para ver información en video, audio o virtual.

Salas de computador: para cuando sea requerido en el Centro de Atención Tutorial.

Las mediaciones

Las mediaciones establecidas en La Corporación Universitaria Remington, para el desarrollo de los procesos de aprendizaje a distancia son las siguientes:

Tutoría Presencial: Es la mediación más importante en el proceso dadas varias razones entre ellas lo significativo que esta es para los estudiantes y tutores sin pretender conservar la naturaleza de programa presencial ni semi-escolarizado, dado que los tiempos de todas maneras se reducen comparativamente.

Tutoría Virtual: Esta mediación articula medios como el computador y la plataforma Remington Virtual, de tal manera que estas herramientas sean funcionales y efectivas. Para la aplicación de esta mediación el CAT pone a disposición de los tutores las salas de cómputo para su comunicación con estudiantes, bajo la orientación y los lineamientos pedagógicos y administrativos de la Dirección de Educación a Distancia. Este tipo de tutoría será puntual y pactada entre estudiantes y tutor, dado que nuestra modalidad es a distancia y no virtual, esto será solo una herramienta de apoyo.

CORPORACIÓN UNIVERSITARIA REMINGTON – CURRÍCULO DE ASIGNATURA

5 EVALUACIÓN

El proceso de evaluación, tiene como propósito principal la aprehensión del conocimiento, por esto es relevante el concepto previo con que llegan nuestros aprendices, para al finalizar la asignatura poder medir los conocimientos con los que han logrado culminar y las competencias que desarrolló que le permitirán ser aplicadas en su vida laboral y personal.

Cumpliendo con los parámetros de evaluación de la Corporación Universitaria Remington, debemos tener muy en cuenta la autoevaluación y coevaluación, es por esto que del 100% de la evaluación esta corresponde al 10%.

MOMENTO EVALUATIVO	PORCENTAJE	TIPO DE EVALUACIÓN
Primer parcial:	20%	Prueba escrita tipo saber pro
Segundo parcial:	20%	Prueba escrita tipo saber pro
Seguimiento:	30%	Prueba escrita tipo saber pro y Formulación de un plan de negocios
Co evaluación:	10%	Co-evaluación
Final:	20%	Presentación de propuesta de un proyecto empresarial

El promedio aritmético de las calificaciones obtenidas en los procesos evaluativos señalados, dará el resultado definitivo del desempeño académico de la asignatura.