

MARKETING, VENTAS Y EMPRENDIMIENTO

EMPRENDIMIENTO DE NUEVOS NEGOCIOS SOSTENIBLES

DESCRIPCIÓN GENERAL

Los negocios son el gran motor de desarrollo de las economías y el consecuente bienestar de los países, y en muchos casos constituyen una fuente de empleo para el emprendedor. El negocio debe sobrevivir y desarrollarse en un mundo corporativamente globalizado y altamente dinámico y cambiante, por lo que las innovaciones comercialmente viables son base para elevar la productividad, permitir a la organización ser competitiva y lograr el apropiado desempeño.

La creación y el desarrollo de nuevos negocios se vinculan estrechamente con las capacidades de emprendimiento, ejecución e innovación de sus gestores. Estas capacidades pueden ser potenciadas y explotadas a través del estudio, la investigación y el ejercicio de los diferentes modelos, así como aprendiendo sobre la experiencia exitosa de otros negocios en entornos similares

DIRIGIDO A

Profesionales que deseen mejorar sus conocimientos y habilidades para identificar y evaluar oportunidades reales de negocio, diferenciando las ideas innovadoras de las ideas de escaso o nulo potencial de desarrollo. Sobre la base de las técnicas y conocimientos adquiridos en el curso.

OBJETIVOS

Objetivo general

Desarrollar en el participante competencias que le permitan identificar y evaluar oportunidades reales de negocio, diferenciando las ideas innovadoras de las ideas de escaso o nulo potencial de desarrollo. Sobre la base de las técnicas y conocimientos adquiridos en el curso.

Objetivos Específicos

- Describir y justificar el proceso emprendedor y sus etapas, desde su concepción a su ejecución, pasando por la gerencia del crecimiento hasta las alternativas de salida del negocio.
- Reconocer la importancia de las empresas familiares y sus principales modelos de gestión.
- Identificar y evaluar oportunidades de emprendimiento sostenibles y socialmente responsables.
- Reconocer los tipos de innovación existentes y las características generales del proceso innovador.
- Identificar los potenciales impactos económicos, sociales y ambientales que puede generar un nuevo emprendimiento de forma directa e indirecta
- Aplicar técnicas para el desarrollo de procesos innovadores.
- Comunicar persuasivamente el plan de negocio y modelo de negocio

METODOLOGIA

El método de enseñanza busca promover la participación activa del estudiante durante el desarrollo de las sesiones, mediante el desarrollo de trabajos aplicativos, los controles de lecturas. la participación en clase y las discusiones acerca de temas propuestos en cada sesión.

La metodología del curso es eminentemente práctica y aplicativa girando alrededor de un trabajo aplicativo (a realizar en grupos de 4 o 5 participantes), basado en la creación de un modelo de negocios aplicando los conceptos desarrollados en el curso. Los grupos de trabajo serán conformados al inicio del curso, presentarán sus avances semanalmente (uno o dos grupos) para la discusión general, y expondrán sus trabajos finales el último día del curso.

TEMARIO

- Definiciones de conceptos que rodean al tema de emprendimiento
- Generación de ideas y oportunidades
- El modelo de Timmons & Spinelli
- Vocación emprendedora y vocación de gestión
- Características del emprendedor y del gestor
- Principales actores y gobierno corporativo de la empresa familiar
- Definición de empresa familiar. Modelo de Neubauer y Lank (1998)
- Desempeño en las empresas familiares
- Sucesión (propiedad, dirección y gestión)
- Gobierno corporativo en empresa familiar
- Diseño de un modelo de negocio
- Identificación de modelos de negocio más comunes en la economía
- Construcción de modelos de negocio que esquematicen la oportunidad de negocio e integren elementos innovadores
- Tipos de innovación
- Modelo de Christensen
- Técnicas para el desarrollo de procesos innovadores
- Identificación de impactos
- La creación de valor compartido
- Emprendimientos sociales: elementos y características
- Elevator pitch

EXPOSITOR: DANIEL ORTIZ CHAMOCHUMBI

El profesor es Magister en Administración Estratégica de Empresas, Pontificia Universidad Católica del Perú; Bachiller en Ciencias Marítimo Navales, Escuela de Oficiales de la Marina de Guerra del Perú.

En relación a su experiencia profesional, es Ejecutivo con más 15 años de experiencia en Recursos Humanos y Organización de Empresas e implementando, diseñando y organizando áreas de Operaciones y Recursos Humanos en reconocidas empresas como Estudio Echecopar - Baker & McKenzie International, Gold's Gym Perú, Seguridad 111 S.R.L, Evisor S.R.L. Experiencia como docente de cursos de Administración y Gestión de Recursos Humanos, Organización de Empresas en reconocidas universidades e instituto. Director General de Old Fox Gear S.A.C., empresa distribuidora de materiales diversos de oficina y limpieza. Gerente General de IGL Transport S.A.C. empresa de transporte de containers. Gerente de Operaciones de Seguridad 111 S.R.L, compañía de Seguridad e Investigación.

Actualmente es profesor del Área Académica de Axiología en CENTRUM Católica Graduate Business School.

DURACIÓN: 24 HORAS

DIAS: MARTES