



UNIVERSIDAD
NACIONAL
DE SALTA

FACULTAD DE
CS. ECONÓMICAS,
JURÍDICAS Y SOCIALES



RES. CD ECO N° 477/26

EXPTE. N° 419/2026-ECO-UNSa

Salta, 16 OCT 2026

VISTO: la presentación efectuada por la Prof. Paola GUARDATTI mediante la cual eleva para su consideración y aprobación el Proyecto de Práctica Docente propuesto por el Lic. Fredy Ramiro RODRÍGUEZ, alumno de la carrera Profesorado en Ciencias Económicas, que se dictará en el marco del Módulo III: La Práctica Educativa; y,

CONSIDERANDO:

Que el proyecto de capacitación tiene como propósitos: Fomentar la participación activa de los estudiantes en su propio proceso de aprendizaje, promoviendo la formulación de preguntas, el intercambio de ideas, la discusión y la toma de decisiones.

Que el presente proyecto está destinado al Público en General mayor de 18 años.

Que el Reglamento de las Prácticas Docentes aprobado por Res. CD ECO N° 162/21, establece que el desarrollo de las mismas se podrá formalizar mediante propuestas de capacitación.

Que la Dirección de Posgrado y Recursos Propios emitió el informe correspondiente.

Que la Comisión de Posgrado y Extensión Universitaria de esta Unidad Académica, aconseja de la aprobación del Proyecto de Práctica Docente propuesto.

Que el Consejo Directivo en Reunión Ordinaria N° 15/2026 celebrada de manera presencial el día 06/10/2026, resolvió aprobar el Despacho N° 146/26 de la Comisión de Posgrado y Extensión Universitaria.

POR ELLO, en uso de las atribuciones que le son propias,

**EL CONSEJO DIRECTIVO DE LA FACULTAD DE CIENCIAS
ECONÓMICAS, JURÍDICAS Y SOCIALES**

RESUELVE:

ARTICULO 1°.- AUTORIZAR el Proyecto de Práctica Docente con modalidad presencial que estará a cargo del Lic. Fredy Ramiro RODRÍGUEZ, alumno de la carrera Profesorado en Ciencias Económicas, a dictarse en el marco del Módulo III: La Práctica Educativa, con los lineamientos establecidos en el ANEXO I, que se detalla a continuación:

Alumno	Propuesta	Destinatarios
Lic. Fredy Ramiro RODRÍGUEZ DNI 37.602.832	"HERRAMIENTAS PARA EMPRENDER: GESTIÓN Y PLANIFICACIÓN DE NEGOCIOS"	Público en General mayor de 18 años.

ARTICULO 2°.- ESTABLECER que los docentes Prof. Paola GUARDATTI, Cra. María Rosa PANZA y el Cr. Diego SIBELLO, tendrán a su cargo la coordinación, seguimiento y supervisión del referido proyecto.

ARTICULO 3°.- PUBLICAR en el Boletín Oficial de la Facultad y hágase saber a la Dirección de Posgrados, al alumno Fredy Ramiro RODRÍGUEZ y a los docentes de la carrera para la toma de conocimiento y demás efectos.

MELG/RJG

Cra. ROSALIA HAYDÉE JAIME
Secretaría de As. Académicos
Fac. Cs. Econ. Jur. y Soc. - U.N.Sa.



Cra. MARIA ALEJANDRA NAVAS
VICEDECANA
Fac. Cs. Económicas, Jurídicas y Sociales - U.N.Sa.



UNIVERSIDAD
NACIONAL
DE SALTA

FACULTAD DE
CS. ECONÓMICAS,
JURÍDICAS Y SOCIALES



RES. CD ECO N° 477/26
EXPTE. N° 419/2026-ECO-UNSa

Universidad Nacional de Salta
Facultad de Ciencias Económicas Jurídicas y Sociales
Profesorado en Ciencias Económicas Jurídicas y Sociales

Módulo III: La Práctica Educativa

Proyecto de Práctica Docente

HERRAMIENTAS PARA EMPRENDER: GESTION Y PLANIFICACION DE NEGOCIOS

Responsables:

Lic. Fredy Rodríguez

Docentes:

Prof. Paola Guardatti

C.P.N. María Rosa Panza

C.P.N. Diego Sibello





SALTA CAPITAL

2026

NATURALEZA DEL PROYECTO

DESCRIPCIÓN DEL PROYECTO

El presente curso de capacitación está destinado a personas interesadas en iniciar un emprendimiento o que ya cuentan con un proyecto en funcionamiento, y tiene como finalidad brindar conocimientos y herramientas prácticas vinculadas con la gestión y administración de negocios.

La propuesta busca que los participantes puedan comprender los principales aspectos que intervienen en el desarrollo de un emprendimiento y adquirir herramientas que les permitan analizar situaciones, tomar decisiones y gestionar de manera más eficiente los recursos disponibles. Para ello, se abordarán contenidos relacionados con el análisis de mercado, la identificación y segmentación de clientes, el posicionamiento, la gestión de las finanzas personales y del negocio, conceptos contables básicos, estrategias de marketing, herramientas digitales, administración de la fuerza de ventas y alternativas de financiamiento.

El curso parte de la consideración de que emprender implica enfrentarse de manera permanente a desafíos y situaciones que requieren capacidad de adaptación, planificación y toma de decisiones. En este sentido, además de los conocimientos técnicos, se busca fomentar una mentalidad emprendedora basada en la iniciativa, la capacidad de adaptación, la perseverancia y el aprendizaje a partir de las experiencias y dificultades que puedan surgir durante el desarrollo del emprendimiento.

La propuesta surge a partir de experiencias laborales vinculadas con diversos emprendimientos, que permitieron reconocer problemáticas y necesidades frecuentes en la gestión cotidiana de los negocios. Desde esta perspectiva, se pretende articular los conocimientos teóricos con situaciones concretas y experiencias reales, favoreciendo un aprendizaje que pueda ser aplicado directamente por los participantes en sus propios proyectos.

A través de una modalidad teórico-práctica, se utilizarán casos, ejercicios, herramientas de análisis y situaciones contextualizadas que permitan a los participantes relacionar los contenidos abordados con la realidad de sus emprendimientos. De esta manera, se busca contribuir al fortalecimiento de las capacidades necesarias para mejorar la gestión, favorecer la sostenibilidad de los proyectos y afrontar de manera fundamentada los desafíos propios de la actividad emprendedora.

FUNDAMENTACIÓN

La cultura emprendedora ha adquirido una creciente relevancia en la provincia de Salta y se desarrolla en diversas actividades económicas. En este contexto, numerosas personas inician emprendimientos con conocimientos adquiridos principalmente a través de la experiencia, logrando comercializar sus productos o servicios y, en algunos casos, convirtiendo estas iniciativas en fuentes genuinas de trabajo e ingresos. Sin embargo, otros emprendimientos no logran sostenerse en el tiempo debido, entre otros





factores, a la falta de herramientas que permitan afrontar de manera adecuada las diferentes situaciones que se presentan durante su desarrollo.

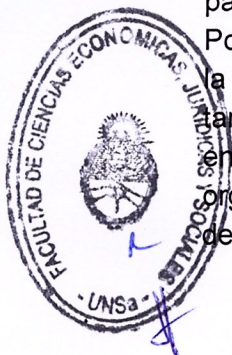
El emprendedor no se limita únicamente a la creación de un producto o servicio, sino que requiere desarrollar capacidades que le permitan identificar oportunidades, agregar valor a sus propuestas y adaptarse a los cambios del entorno. En este sentido, se puede definir a los emprendedores como "personas que encuentran oportunidades que otros tal vez pasaron por alto y han desarrollado una percepción profunda para explotar con éxito dichas oportunidades" (Cornejo y Sánchez, 2019, p. 22). El emprendedurismo implica, por lo tanto, una combinación de habilidades, actitudes y conocimientos, entre los que se destacan la iniciativa, la creatividad, la perseverancia y la capacidad de adaptación.

El contexto económico en el que se desarrollan los emprendimientos plantea, a su vez, diversos desafíos. La inflación, las dificultades para acceder al financiamiento y las condiciones cambiantes del mercado pueden afectar su crecimiento y sostenibilidad. Frente a estas situaciones, la capacidad de resolver problemas y la creatividad del emprendedor resultan importantes, pero necesitan complementarse con herramientas que permitan analizar la realidad del negocio y tomar decisiones fundamentadas. Identificar oportunidades de mercado, conocer a los clientes, analizar a la competencia, administrar los recursos financieros, establecer precios, planificar acciones de marketing y reconocer alternativas de financiamiento son algunas de las decisiones que forman parte de la gestión cotidiana de un emprendimiento.

Esta necesidad adquiere especial relevancia en los emprendimientos que se encuentran en sus primeras etapas, donde una misma persona suele asumir diferentes funciones y responsabilidades. Si bien esta característica puede favorecer en la rapidez de la toma de decisiones, también puede generar una sobrecarga de tareas y dificultades para abordar determinadas áreas de la gestión. Por ello, resulta necesario que quienes emprenden puedan desarrollar una visión integral de su negocio y adquirir herramientas que les permitan organizar sus actividades, reconocer sus fortalezas y debilidades y planificar su crecimiento.

En este marco, se considera pertinente ofrecer una propuesta de capacitación que proporcione conocimientos básicos y herramientas prácticas vinculadas con la gestión de emprendimientos. Los contenidos seleccionados responden a necesidades concretas que pueden presentarse durante el desarrollo de un negocio, abordando aspectos relacionados con el análisis del mercado, los clientes y la competencia; las finanzas y la contabilidad; la determinación de costos y precios; la planificación estratégica; el marketing y la comunicación; las herramientas digitales y las alternativas de financiamiento. De esta manera, se busca que los participantes puedan relacionar los conocimientos adquiridos con situaciones concretas y utilizarlos como instrumentos para analizar sus propios proyectos y tomar decisiones.

Por lo expuesto, el presente curso de capacitación busca contribuir al fortalecimiento de la cultura emprendedora salteña mediante una propuesta teórico-práctica orientada tanto a quienes desean iniciar un emprendimiento como a quienes ya cuentan con uno en funcionamiento. Se pretende brindar herramientas que favorezcan una gestión más organizada y consciente de los recursos, fortalezcan la capacidad de análisis y toma de decisiones y permitan afrontar los desafíos propios de la actividad emprendedora.





OBJETIVOS

- Reconocer las operaciones vinculadas con el emprendimiento y diferenciarlas de aquellas relacionadas con las finanzas personales.
- Comprender la importancia de registrar y analizar los ingresos y gastos del negocio como herramientas para la toma de decisiones.
- Identificar oportunidades de negocio mediante la aplicación de herramientas de análisis de mercado.
- Aplicar estrategias de marketing segmentado de acuerdo con las características y necesidades de cada emprendimiento.
- Utilizar herramientas digitales orientadas a mejorar la gestión y potenciar el crecimiento del negocio o emprendimiento.
- Confeccionar un estado de resultados e interpretar la información obtenida para favorecer la toma de decisiones.
- Diseñar un plan estratégico que establezca las bases para la toma de decisiones a mediano y largo plazo.
- Identificar y analizar alternativas de inversión adecuadas a las necesidades y objetivos financieros del emprendimiento, considerando sus características, riesgos y posibles rendimientos.

PROPÓSITOS

1. Fomentar la participación activa de los estudiantes en su propio proceso de aprendizaje, promoviendo la formulación de preguntas, el intercambio de ideas, la discusión y la toma de decisiones.
2. Promover el trabajo colaborativo entre los estudiantes, favoreciendo el trabajo en equipo, el intercambio de ideas y experiencias, y la utilización compartida de recursos.
3. Utilizar diferentes estrategias de enseñanza que favorezcan la comprensión y aplicación de los contenidos, mediante debates, estudios de casos, ejemplos y actividades prácticas, entre otras propuestas.
4. Potenciar el espíritu emprendedor mediante la incorporación de conocimientos y el desarrollo de habilidades necesarias para afrontar los desafíos del entorno en el que se desarrollan los emprendimientos.
5. Compartir experiencias y brindar orientaciones que permitan a los emprendedores relacionar e integrar los contenidos abordados a lo largo del curso con situaciones concretas de sus propios emprendimientos.
6. Brindar herramientas y conocimientos que permitan a los emprendedores formular proyectos de inversión susceptibles de ser presentados ante organismos estatales o privados.





CONTENIDOS

UNIDAD 1: DEL EMPRENDEDOR A LA IDEA DE NEGOCIO

- a) El emprendedor y el proceso emprendedor
- b) Identificación de oportunidades
- c) Diagnóstico inicial del emprendimiento
- d) El emprendedor como gestor

UNIDAD 2: CONOCER EL MERCADO Y CONSTRUIR UNA PROPUESTA DE VALOR

- a) Producto y servicio
- b) El cliente
- c) Segmentación y mercado objetivo
- d) Competencia y posicionamiento
- e) Propuesta de valor
- f) Investigación de mercado

UNIDAD 3: LAS FINANZAS DEL EMPRENDIMIENTO

- a) Finanzas personales y finanzas del negocio
- b) Costos y gastos
- c) Precios y rentabilidad
- d) Punto de equilibrio
- e) Capital de trabajo y flujo de fondos
- f) Información contable para la toma de decisiones

UNIDAD 4: PLANIFICAR Y ORGANIZAR EL EMPRENDIMIENTO

- a) Modelo de negocio y plan de negocio
- b) Modelo CANVAS
- c) Análisis interno: matriz FODA
- d) Análisis del entorno: PESTEL
- e) Planeamiento estratégico

UNIDAD 5: MARKETING, VENTAS Y HERRAMIENTAS DIGITALES

- a) Marketing para emprendedores
- b) Comunicación y promoción
- c) Branding y construcción de marca
- d) Ventas y relación con el cliente
- e) Redes sociales y herramientas digitales
- f) Diseño de una estrategia digital

UNIDAD 6: FINANCIAMIENTO, INVERSIÓN Y PROYECCIÓN DEL EMPRENDIMIENTO

- a) Necesidades de financiamiento
- b) Alternativas de financiamiento
- c) Créditos y documentación
- d) Alternativas de inversión





METODOLOGÍA

A continuación, se presenta, de forma enunciativa, la metodología que será considerada para el logro de los objetivos:

- Clases expositivas a cargo de los capacitadores.
- Trabajos individuales y grupales durante la clase.
- Análisis de casos.
- Apoyo con material didáctico en la plataforma virtual elegida.
- Diálogo permanente con los alumnos.
- Proyección de filmas y videos.

Los elementos materiales a emplear serán:

- Aula con capacidad para 25 alumnos.
- Pizarrón, fibrones y borrador.
- Computadora y proyector.
- Fotocopias.

En un primer momento, se realizará una encuesta con el fin de recoger información acerca de las expectativas y necesidades de los alumnos, para conocer las características del grupo destinatario y adaptar y orientar las secuencias y actividades de una forma personalizada. Por ello, la metodología se guiará por lo expuesto anteriormente; sin embargo, estará sujeta a cambios durante el transcurso de las clases para adaptarla, si fuera necesario, al ritmo de aprendizaje.

Las clases serán expositivas y estarán acompañadas de recursos visuales, tales como presentaciones con diapositivas, imágenes y/o videos, para promover la intervención y participación. "La comprensión es (...) la capacidad de hacer uso productivo de los conceptos, teorías y procedimientos; implica comprender que el conocimiento es una construcción social que permite remitirse a él para resolver problemas y tomar decisiones" (Sanjurjo, 2003, p. 45). Para colaborar con este proceso, las filmas contarán con preguntas orientadoras para generar diálogo y reflexión a partir de situaciones de la vida cotidiana, ya que "quien aprende relaciona las informaciones y el significado del contenido sobre el que trabaja, los vincula con sus conocimientos, significados y experiencias previas, y por ellos los comprende. Ello demanda una intensa actividad participativa de quienes aprenden, reflexionando, debatiendo y descubriendo relaciones" (Davini, 2008, p. 47).

En cuanto a las preguntas, tomando como base a Anijovich (2010), serán sencillas, de comprensión y de orden cognitivo superior, con el propósito de lograr una participación no solo unidireccional, sino también por parte de los alumnos, generando una relación vincular; para "cultivar un espíritu de diálogo, es necesario aprender a escuchar cuidadosamente lo que la otra persona está diciendo" (p. 40). Por ello, se plantearán preguntas a lo largo del encuentro (clase): al inicio, para aludir a la memoria sobre la unidad anterior o invitar a relacionar con lo conocido sobre el tema a presentar; durante el desarrollo, para lograr una conexión con lo nuevo y darle sentido, teniendo en cuenta





que “la búsqueda de razones para justificar los rasgos comunes o no comunes puede dar lugar a una nueva serie o secuencia didáctica” (Litwin, 2012, p. 81); por último, se formularán preguntas finales para dar un cierre, generar conclusiones y estimular la participación y reflexión sobre lo trabajado.

Las clases, a su vez, serán combinadas (teóricas-prácticas). Se prevén actividades en cada clase que constituyan un seguimiento del aprendizaje, las cuales brindarán información sobre la comprensión de los temas y la necesidad de reforzar determinados puntos. “Las actividades se pueden enmarcar tanto en un obrar práctico como en la reflexión en torno a él. Pensar en cómo resolvimos una tarea es una tarea más que seguramente, ayudará a entenderla con un mayor nivel de complejidad” (Litwin, 2012, p. 91). Esas actividades consistirán en trabajos prácticos individuales y grupales, desarrollo de actividades prácticas, participación en clases y repaso de los contenidos estudiados en la clase anterior.

Se intercalará, en cada unidad, la realización de trabajos prácticos individuales o grupales, con la característica de ser breves para que sean desarrollados durante la clase. Estos “siempre tienen que ver con situaciones contextualizadas e implica para su realización diversidad de actividades y caminos que exigirán, preferentemente, una elección de medios y no una salida unilateral” (Steiman, 2008, p. 86). Serán elaborados con referencias pautadas, motivando el intercambio de opiniones, ideas y dudas. Teniendo como referencia que el presente recurso “lo pensamos al servicio de aprender y no al servicio del acreditar (...), más que comprobar si “saben hacer algo”, lo estamos pensando para que “aprendan a hacer algo”” (p. 88).

En cuanto a los análisis de casos, serán relatos que se expondrán durante la clase y que incentivarán el debate, el planteo de ideas, la búsqueda de soluciones y la reflexión. En principio, se hará de forma oral; si la dinámica del grupo no permite llegar a resultados, se realizará de forma escrita, de modo que el alumno pueda explayarse, explicar sus hipótesis y expresar con libertad lo que considera adecuado.

Se pretende “plantear la producción de tareas genuinas y de problemas reales propios de la disciplina con el fin de promover la interacción con el mundo real” (Anijovich, 2010, p. 32). Luego de brindar conceptos teóricos, se programará la realización de ejercicios de esta índole, logrando acercar a los alumnos al contexto actual, por ejemplo, a través de noticias y sucesos que acontecen.

Se prevé invitar a dos emprendedores para que cuenten sus experiencias y formas de resolución de problemas en sus proyectos, según lo requiera el tema de la unidad a desarrollar. Esto permitirá contextualizar los conceptos y teorías que se presentan en el curso, servir de inspiración en cuanto a experiencias exitosas y superación de desafíos, y generar variedad de perspectivas, entre otros beneficios que enriquecerán el proceso de aprendizaje.

Al finalizar la clase, se hará un repaso de los temas y se interactuará con los alumnos, dejando espacio para consultas y dudas sobre lo expuesto o sobre clases anteriores.

EVALUACIÓN

La evaluación es una instancia que permite a los docentes acreditar el aprendizaje de los alumnos, así como su no acreditación. Para conocer los motivos por los cuales los alumnos no lograron los objetivos propuestos, la evaluación permite detectar cuáles





fueron las fallas que se cometieron, tanto en el proceso de enseñanza como en el proceso de aprendizaje. Por lo tanto, “la evaluación de los aprendizajes constituye una herramienta para averiguar qué, cómo, y cuánto están aprendiendo los estudiantes, provee información para mejorar el propio proceso de enseñanza aprendizaje, tanto en el docente como el estudiante” (Garcés, 2015, p. 19).

La evaluación se puede llevar a cabo de dos maneras: la primera consiste en evaluar y corregir errores durante el dictado del curso, y la segunda, en evaluar cuando finaliza el cursado. La primera se denomina evaluación formativa y la segunda, evaluación sumativa.

Siguiendo a Anijovich (2011), la evaluación formativa se define como “un proceso en el que se recaba información con el fin de revisar y modificar la enseñanza y el aprendizaje en función de las necesidades de los alumnos y las expectativas de logro para alcanzar” (p. 10).

La evaluación formativa tiene como objetivo ofrecer, durante el cursado, una retroalimentación que permita corregir los errores para que los alumnos puedan alcanzar los objetivos propuestos para el cursado de la materia. En cambio, la evaluación sumativa mide el desempeño de los alumnos a través de un resultado o una calificación y se realiza al finalizar el curso.

En el presente curso de capacitación, se llevará a cabo la evaluación formativa, la cual nos permitirá saber si, durante el dictado de las clases, los alumnos están aprendiendo los contenidos enseñados. La particularidad de este curso es que está destinado a personas que tienen un emprendimiento en marcha o están pensando iniciar uno en el futuro. Esto nos plantea el desafío de conocer en qué situación de conocimientos previos se encuentra el alumno y tener la capacidad de llegar a todos de la misma manera. Por eso, es importante el seguimiento y la evaluación continua para asegurarnos de que el proceso de aprendizaje se esté llevando a cabo.

Las principales herramientas de evaluación que utilizaremos serán la observación continua y los ejercicios prácticos grupales. Esto será de gran ayuda tanto para los estudiantes como para los docentes, ya que se podrá recabar información para tomar decisiones con respecto a la metodología utilizada hasta ese momento.

Como herramienta final de evaluación, se realizará un cuestionario que tendrá una calificación para la obtención del certificado de aprobación. Consistirá en una prueba escrita con preguntas de aplicación práctica. Para el alumno, “resulta ser más orientadora en tanto que especifica con mayor pretensión qué se espera que conteste, desarrolle o resuelva de un tema” (Steiman, 2008, p. 175). Se pretende brindar una calificación numérica dentro de la escala del uno al diez (siendo diez la calificación mayor), acompañada de una devolución cualitativa de la producción entregada, para que el alumno tenga en cuenta la posibilidad de mejora y la importancia de los conocimientos de dichos temas.

La enseñanza será evaluada de forma continua, siguiendo a Steiman (2008):

“Parece relevante que se realicen prácticas de evaluación de la enseñanza durante la cursada y no sólo al final. Porque la información que podemos obtener - a tiempo - a los efectos de emitir un juicio de valor referido a la enseñanza, podría permitir realizar los ajustes necesarios en nuestra propuesta” (p. 152).





Para cada clase se establecerán objetivos de enseñanza. A través de la respuesta del grupo a las actividades planteadas, se podrá reflexionar sobre el propio desempeño y sobre lo que funcionó bien o se puede cambiar.

En el desarrollo se tendrán en cuenta las opiniones, los comentarios y la participación activa a través de preguntas. Junto con la observación realizada entre pares, esto permitirá identificar los puntos a mejorar en el dictado de las clases.

También se hace necesaria la evaluación final, que representará el desafío de la autoevaluación con información proveniente de los alumnos, a través de un cuestionario abierto; es decir, "no delimita de antemano las alternativas de respuesta posibles y deja libertad para que quien contesta se exprese a través de su propia redacción y lo haga según considere oportuno manifestar" (p. 156).

Teniendo en cuenta que la enseñanza es un proceso de constante evolución, cada clase es una oportunidad para aprender y crecer como profesional y educador.

CRITERIOS DE EVALUACIÓN

- Participación activa y constructiva durante el desarrollo de la clase.
- Participación y colaboración en las actividades individuales y grupales.
- Presentación de las actividades y trabajos prácticos en tiempo y forma.
- Comprensión y utilización adecuada de conceptos y vocabulario específico del ámbito emprendedor
- Capacidad para analizar situaciones y casos vinculados con la actividad emprendedora.
- Capacidad para aplicar los conceptos y herramientas trabajados a situaciones concretas en los proyectos o emprendimientos.
- Organización, creatividad y capacidad de planificación en el desarrollo de las actividades propuestas.

CONDICIONES DE APROBACIÓN

Para obtener el certificado de aprobación del curso, los participantes deberán cumplir con las siguientes condiciones:

- Contar con una asistencia mínima del 80 % de las clases presenciales.
- Presentar y desarrollar las actividades prácticas propuestas durante el cursado.
- Aprobar el trabajo integrador final, en el que deberán aplicar las principales herramientas y contenidos abordados durante el curso a una idea de negocio o emprendimiento.
- Obtener una calificación mínima de 6 (seis) puntos sobre 10 (diez) en el trabajo integrador final.

CRONOGRAMA

CLASE N°	TEMA	SEMANA / MES
1	Unidad 1 – Del emprendedor a la idea de negocio	1.ª semana (Septiembre)





2	Unidad 2 – Conocer el mercado y construir una propuesta de valor	2.ª semana (Septiembre)
3	Unidad 3 – Las finanzas del emprendimiento	2.ª semana (Septiembre)
4	Unidad 3 – Las finanzas del emprendimiento	3.ª semana (Septiembre)
5	Unidad 4 – Planificar y organizar el emprendimiento	4.ª semana (Septiembre)
6	Unidad 4 – Planificar y organizar el emprendimiento	4.ª semana (Septiembre)
7	Unidad 4 - Ejercicio práctico de FODA y CANVAS	5.ª semana (Septiembre)
8	Unidad 5 – Marketing, ventas y herramientas digitales	1.ª semana (Octubre)
9	Unidad 5 - Marketing, ventas y herramientas digitales	2.ª semana (Octubre)
10	Unidad 5 - Marketing, ventas y herramientas digitales	2.ª semana (Octubre)
11	Unidad 6 – Financiamiento, inversión y proyección del emprendimiento	3.ª semana (Octubre)
12	Unidad 6 - Financiamiento, inversión y proyección del emprendimiento	3.ª semana (Octubre)
13	Unidad 6 - Financiamiento, inversión y proyección del emprendimiento	4.ª semana (Octubre)

DESTINATARIOS

El presente curso de capacitación está dirigido a personas mayores de 18 años que tengan interés en iniciar un emprendimiento o que cuenten con un emprendimiento en funcionamiento y deseen fortalecer sus conocimientos y herramientas de gestión.

La propuesta está orientada principalmente a personas que no poseen formación específica en administración, contabilidad, finanzas o marketing, por lo que los





contenidos partirán de conceptos básicos y avanzarán progresivamente hacia herramientas prácticas aplicables a diferentes tipos de emprendimientos.

No se requieren conocimientos técnicos previos en las áreas abordadas. Se espera que los participantes cuenten con interés en desarrollar o mejorar un proyecto emprendedor y tengan disposición para participar en actividades **individuales y grupales, analizar** situaciones concretas y aplicar los contenidos trabajados a sus propias ideas o emprendimientos.

ÁMBITO DE LA PRÁCTICA

La práctica docente se desarrollará de manera presencial en las instalaciones de la Universidad Provincial de Administración, Tecnología y Oficios o, en su caso, en la Facultad de Ciencias Económicas Jurídicas y Sociales de la Universidad Nacional de Salta.

RECURSOS

Humanos

- Responsable del curso de capacitación como disertantes.
- Docentes del profesorado en ciencias económicas como guías durante la realización de este proyecto.
- Participantes inscriptos en el curso.
- Emprendedores invitados a disertar sobre sus experiencias.

Materiales

- Computadora.
- Proyector.
- Pizarrón, fibrones.
- Fotocopias, diarios y revistas.

BIBLIOGRAFÍA DE LOS CONTENIDOS

Córdoba Global. Centro de estudios internacionales (2023). Finanzas personales para emprendedores. Argentina. Recuperado de

<https://cbaglobal.com.ar/capacitacion/finanzas-personales-para-emprendedores/>

Chiavenato, I. (2005). Introducción a la Teoría General de la Administración (7.^a ed.). México: McGraw Hill.

De Zuani, E. (2015). Introducción a la administración de las organizaciones. Buenos Aires: Valleta.

Dib Chagra, A. (2015). Apuntes de cátedra de Comercialización I. Salta, Argentina: Universidad Nacional de Salta.

Juan Adolfo, G. (2005). Los 6 pasos del Planeamiento Estratégico. México: Punto de lectura.





BIBLIOGRAFÍA DEL PROYECTO

- Anijovich, R. y González, C. (2011). *Evaluar para aprender: conceptos e instrumentos*. 1.^a ed. Buenos Aires: Aique Grupo Editor.
- Anijovich, R. y Mora, S. (2010). *Estrategias de enseñanza: otra mirada al quehacer en el aula*. Buenos Aires: Aique Grupo Editor.
- Davini, M. C. (2008). *Métodos de enseñanza: didáctica general para maestros y profesores*. Buenos Aires: Santillana.
- Garcés, R. R., y Garcés, J. L. (2015). *Diseño y construcción de instrumentos de evaluación de aprendizajes y competencias*. Bogotá: REDIPE.
- González Cornejo, A. y González Sánchez, D. J. (2019). *Emprender... una forma de vida*. México: PACJ. Recuperado de <https://elibro.net/es/ereader/bibecounsa/122452?page=22>
- Litwin, E. (2012). *El oficio de enseñar. Condiciones y contextos*. Buenos Aires: Paidós.
- Sanjurjo, L. O., y Rodríguez, X. (2003). *Volver a pensar la clase*. Homo Sapiens Ediciones.
- Steiman, J. (2008). *Más didáctica (en la educación superior)*. Buenos Aires: UNSAM EDITA.

Cra. ROSALIA HAYDÉE JAIME
Secretaría de As. Académicos
Fac. Cs. Econ. Jur. y Soc. - U.N.sa.



Cra. MARIA ALEJANDRA NAVAS
VICEDECANA
Fac. Cs. Económicas, Jurídicas y Sociales - U.N.Sa.