



Mi Universidad

Mapa Conceptual

Nombre Del Alumno: Enilson Ramirez Valverde

Nombre Del Tema:

UNIDAD I Y 2

Parcial: Segundor Parcial

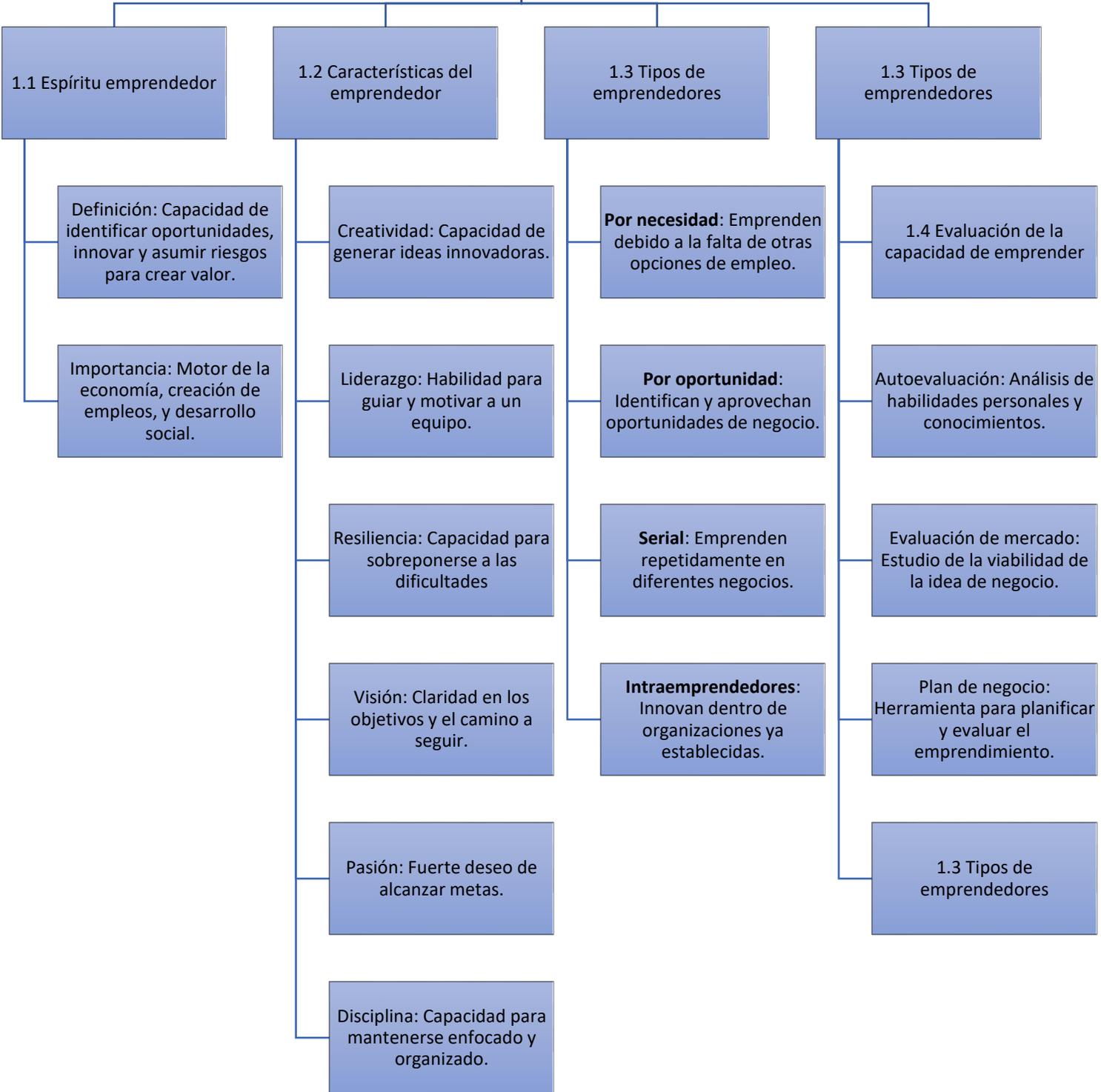
Nombre De La Materia: TALLER DEL EMPRENDEDOR

Nombre Del Profesor: Beatriz Adriana Mendez Gonzales

Nombre De La Licenciatura: Enfermeria

Cuatrimestre: Noveno Cuatrimestre

UNIDAD I



1.1 Espiritu emprendedor

Definición: Capacidad de identificar oportunidades, innovar y asumir riesgos para crear valor.

Importancia: Motor de la economía, creación de empleos, y desarrollo social.

1.2 Características del emprendedor

Creatividad: Capacidad de generar ideas innovadoras.

Liderazgo: Habilidad para guiar y motivar a un equipo.

Resiliencia: Capacidad para sobreponerse a las dificultades

Visión: Claridad en los objetivos y el camino a seguir.

Pasión: Fuerte deseo de alcanzar metas.

Disciplina: Capacidad para mantenerse enfocado y organizado.

1.3 Tipos de emprendedores

Por necesidad: Emprenden debido a la falta de otras opciones de empleo.

Por oportunidad: Identifican y aprovechan oportunidades de negocio.

Serial: Emprenden repetidamente en diferentes negocios.

Intraemprendedores: Innovan dentro de organizaciones ya establecidas.

1.3 Tipos de emprendedores

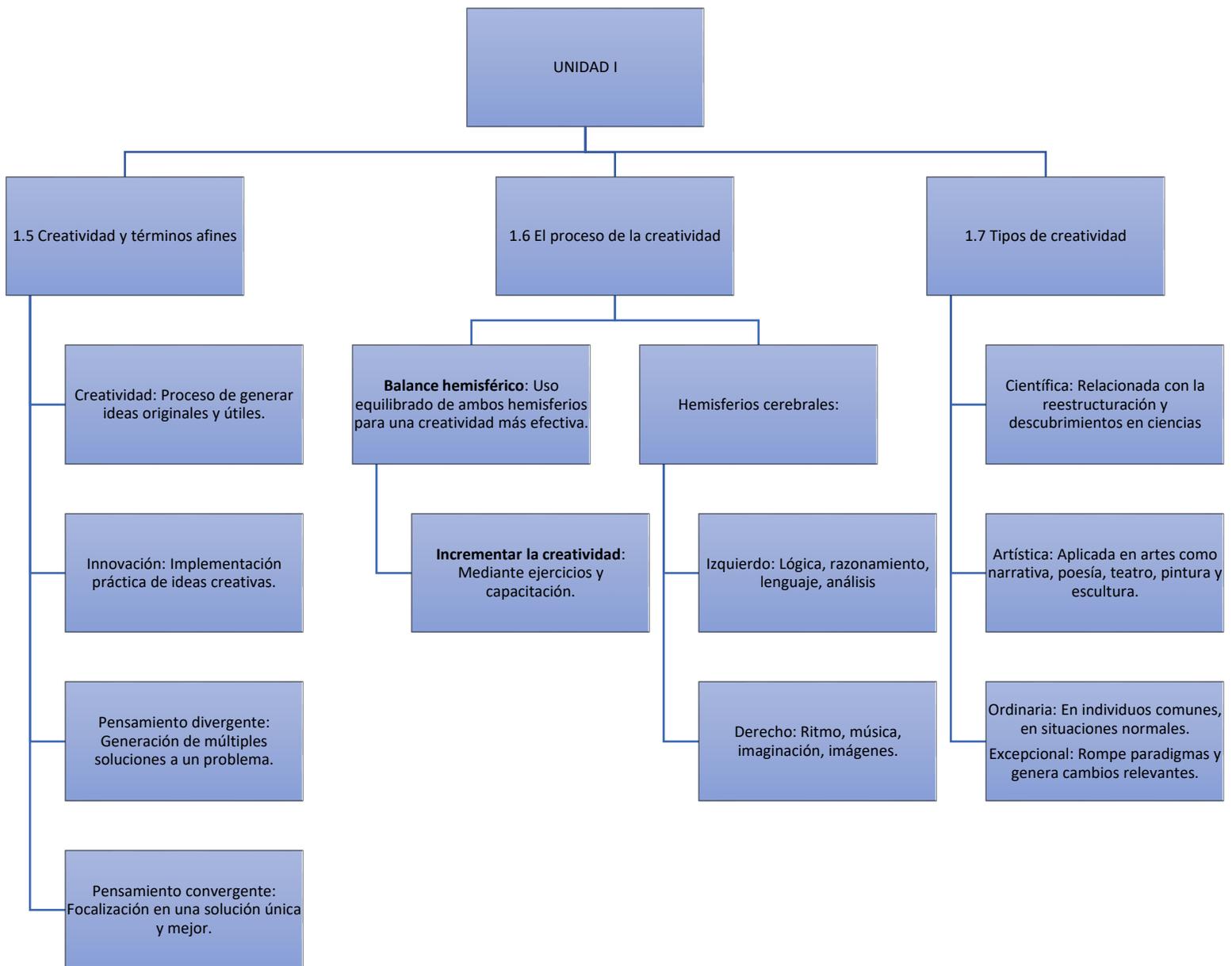
1.4 Evaluación de la capacidad de emprender

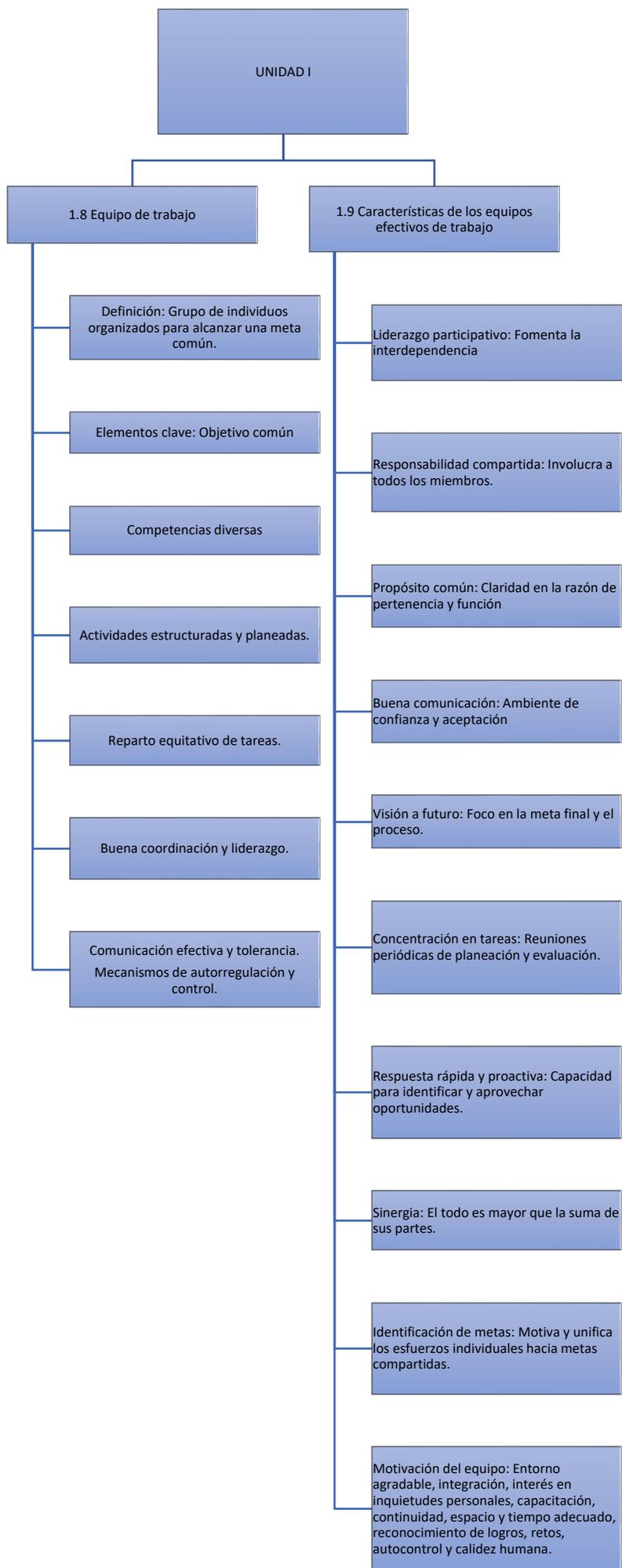
Autoevaluación: Análisis de habilidades personales y conocimientos.

Evaluación de mercado: Estudio de la viabilidad de la idea de negocio.

Plan de negocio: Herramienta para planificar y evaluar el emprendimiento.

1.3 Tipos de emprendedores





UNIDAD II

2.1 Visión y misión de la empresa

Visión: Descripción del estado futuro deseado para la empresa. Responde a "¿Dónde queremos estar en el futuro?"

Misión: Propósito fundamental de la empresa. Responde a "¿Cuál es nuestra razón de ser?".

2.2 Objetivos estratégicos

Definición: Metas a largo plazo que una empresa se propone alcanzar

Características: Específicos, Medibles, Alcanzables, Relevantes, y con un Tiempo definido (SMART).

2.3 Análisis FODA (Fortalezas, Oportunidades, Debilidades, Amenazas)

Fortalezas: Aspectos positivos internos que favorecen el logro de los objetivos.

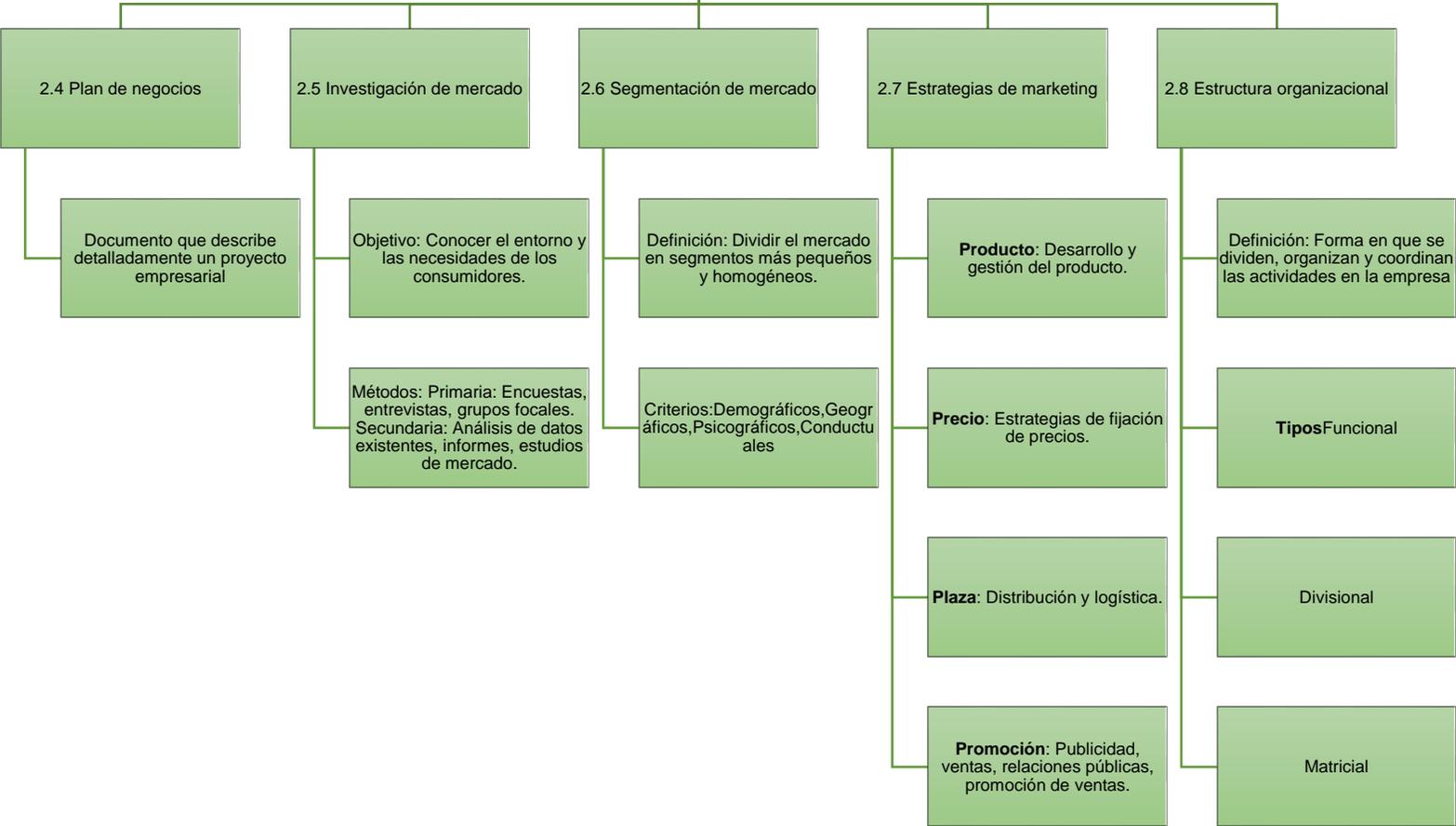
Oportunidades: Factores externos que la empresa puede aprovechar para su beneficio.

Debilidades: Aspectos internos que pueden dificultar el logro de los objetivos

Amenazas: Factores externos que pueden perjudicar a la empresa

UNIDAD II

[Empty box]



2.4 Plan de negocios

Documento que describe detalladamente un proyecto empresarial

2.5 Investigación de mercado

Objetivo: Conocer el entorno y las necesidades de los consumidores.

Métodos: Primaria: Encuestas, entrevistas, grupos focales. Secundaria: Análisis de datos existentes, informes, estudios de mercado.

2.6 Segmentación de mercado

Definición: Dividir el mercado en segmentos más pequeños y homogéneos.

Criterios: Demográficos, Geográficos, Psicográficos, Conductuales

2.7 Estrategias de marketing

Producto: Desarrollo y gestión del producto.

Precio: Estrategias de fijación de precios.

Plaza: Distribución y logística.

Promoción: Publicidad, ventas, relaciones públicas, promoción de ventas.

2.8 Estructura organizacional

Definición: Forma en que se dividen, organizan y coordinan las actividades en la empresa

Tipos Funcional

Divisional

Matricial