



## FACULTAD DE CIENCIAS DE LA ADMINISTRACIÓN ESCUELA INGENIERIA DE SISTEMAS Y TELEMATICA

### 1. Datos generales

**Materia:** EMPRENDEDORES I  
**Código:** FAD0213  
**Paralelo:** A  
**Periodo :** Marzo-2020 a Agosto-2020  
**Profesor:** CRESPO MARTINEZ PAUL ESTEBAN  
**Correo electrónico:** ecrespo@uazuay.edu.ec

**Nivel:** 8

#### Distribución de horas.

Docencia	Práctico	Autónomo:		Total horas
		Sistemas de tutorías	Autónomo	
4				4

#### Prerrequisitos:

Código: FAD0194 Materia: ESTADÍSTICA

### 2. Descripción y objetivos de la materia

Conocer las características del emprendedor, identificar el mercado que pretende cubrir con la oferta de bienes o servicios, utilizar la investigación de mercado como herramienta de apoyo, conocer los principios básicos de contabilidad, determinar las necesidades de producción de bienes o servicios.

Esta asignatura de Emprendedores I contribuye en el futuro profesional mediante la creación de su Plan de Negocios que posiblemente será la actividad principal que se ocupará durante sus acciones competitivas en un futuro cercano. Existe una línea muy débil entre el pensamiento y la acción, entre los sueños y las realidades, entre las intenciones y los hechos. Con el conocimiento de su especialización de la carrera podrá desarrollar a futuro emprendimientos que considere viable realizar.

Esta asignatura se relacionará técnicas de investigación, Deontología, Sistemas de Información Gerencial, que serán las áreas en las cuales los futuros profesionales emprenderán sus futuros negocios.

### 3. Objetivos de Desarrollo Sostenible

### 4. Contenidos

01.01.	Emprendimiento y liderazgo
01.02.	Evaluación de la capacidad para emprender
01.03.	Creatividad y características
01.04.	Trabajo en equipo vs equipo de trabajo
01.05.	Análisis de casos de emprendimiento
02.01.	Introducción al marketing
02.02.	Introducción a la investigación de mercados
02.03.	Caracterización de un mercado
02.04.	Segmentación de mercados
02.05.	Comportamiento del consumidor
02.06.	Competidores y proveedores

02.07.	El estudio de mercado
03.01.	Productos y servicios
03.02.	Ciclo de vida de un producto / servicio
03.03.	Metodologías para el desarrollo de productos
03.04.	Diseño y prueba de productos
03.05.	Productos tecnológicos
03.06.	Servicios
03.07.	Servipanoramas y servucción
03.08.	La propuesta de valor
03.09.	Herramientas de gestión de productos
04.01.	Introducción a la fijación de precios
04.02.	Determinación de los costos
04.03.	Estrategias para la fijación de precios
04.04.	El punto de equilibrio
04.05.	Factores internos y externos que afectan a la fijación de precios: Demanda y oferta
05.01.	Canales de marketing
05.02.	Estrategias en el punto de venta
05.03.	Publicidad
05.04.	Estrategias a considerar en la promoción

## 5. Sistema de Evaluación

### Resultado de aprendizaje de la carrera relacionados con la materia

#### Resultado de aprendizaje de la materia

#### Evidencias

#### ai. Hace uso de los conocimientos y saberes desarrollados, en ámbitos gerenciales y administrativos de la empresa.

-Diseña un producto y/o servicio tecnológico, aplicando los principios básicos del Marketing	-Proyectos -Resolución de ejercicios, casos y otros -Trabajos prácticos - productos
--	---

-Elaborar un estudio de mercado para conocer las expectativas de los clientes potenciales en relación al producto y/o servicio ofrecido.	-Proyectos -Resolución de ejercicios, casos y otros -Trabajos prácticos - productos
--	---

#### ak. Supervisa y brinda asistencia a las personas involucradas en los sistemas de información.

-Identifica los puntos principales a incluir en el resumen ejecutivo del Plan de Marketing	-Proyectos -Resolución de ejercicios, casos y otros -Trabajos prácticos - productos
--	---

-Utilizar la Internet para búsqueda de información socio-económica, política, cultural, demográfica, etc., que le sea útil en el emprendimiento y los negocios.	-Proyectos -Resolución de ejercicios, casos y otros -Trabajos prácticos - productos
---	---

## Desglose de evaluación

Evidencia	Descripción	Contenidos sílabo a evaluar	Aporte	Calificación	Semana
Trabajos prácticos - productos	Ejercicio de emprendimiento con 0 capital	Empredimiento	APORTE	3	Semana: 1 (01-ABR-20 al 06-ABR-20)
Resolución de ejercicios, casos y otros	Análisis de caso empresarial	Empredimiento	APORTE	3	Semana: 3 (15-ABR-20 al 20-ABR-20)
Trabajos prácticos - productos	Análisis de mercado y características del consumidor	El mercado y los consumidores	APORTE	4	Semana: 4 (22-ABR-20 al 27-ABR-20)
Trabajos prácticos - productos	desarrollo de un producto no tecnológico	El producto	APORTE	5	Semana: 7 (13-MAY-20 al 18-MAY-20)
Resolución de ejercicios, casos y otros	desarrollo de un producto tecnológico	El producto	APORTE	5	Semana: 8 (20-MAY-20 al 25-MAY-20)
Trabajos prácticos - productos	Fijación de precio del producto	El Precio	APORTE	2	Semana: 9 (27-MAY-20 al 29-MAY-20)
Trabajos prácticos - productos	video comercial del producto	Distribución y promoción	APORTE	3	Semana: 12 (17-JUN-20 al 22-JUN-20)
Trabajos prácticos - productos	Comunicación del producto y validación	Distribución y promoción, El Precio	APORTE	2	Semana: 12 (17-JUN-20 al 22-JUN-20)
Resolución de ejercicios, casos y otros	Análisis de caso empresarial	Distribución y promoción	APORTE	3	Semana: 13 (24-JUN-20 al 29-JUN-20)
Proyectos	Presentación del producto en casa abierta y plan de negocio	Distribución y promoción, El Precio, El mercado y los consumidores, El producto, Empredimiento	EXAMEN	20	Semana: 17-18 (21-07-2020 al 03-08-2020)
Resolución de ejercicios, casos y otros	Resolución de un caso empresarial	Distribución y promoción, El Precio, El mercado y los consumidores, El producto, Empredimiento	SUPLETORIO	20	Semana: 19 ( al )

## Metodología

## Criterios de evaluación

## 6. Referencias

### Bibliografía base

#### Libros

Autor	Editorial	Título	Año	ISBN
PHILIP KOTLER ; KEVIN LANE KELLER	Pearson	DIRECCIÓN DE MARKETING	2012	978-6-07-321245-8
BARBARA HATELEY	Norma	PAVO REAL EN EL REINO DE LOS PINGUINOS : 2008 FÁBULA SOBRE LOS RIESGOS Y POSIBILIDADES DE SER DIFERENTE E		978-958-450-705-1
Alcaraz Rafael	McGraw Hill	El Emprendedor de éxito	2006	
Colin Barrow	Parramón	Emprender un negocio para Dummies	2012	
Alcaraz Rafael	McGraw Hill	El Emprendedor de éxito	2011	
Housden Matthew	McGraw Hill	La investigación de mercados más efectivos	2006	
ARMSTRONG, Gary; KOTLER, Philip	Pearson	Fundamentos de Marketing	2013	978-607-32-1723-1

#### Web

#### Software

Revista

---

Bibliografía de apoyo  
Libros

---

Web

---

Software

---

Revista

---

\_\_\_\_\_  
Docente

\_\_\_\_\_  
Director/Junta

Fecha aprobación: **02/03/2020**

Estado: **Aprobado**