



FACULTAD DE CIENCIAS DE LA ADMINISTRACIÓN

ESCUELA DE CONTABILIDAD Y AUDITORÍA

1. Datos generales

Materia: EMPRENDIMIENTO E INNOVACIÓN
Código: FAM0013
Paralelo: F
Periodo : Marzo-2021 a Julio-2021
Profesor: CASTRO RIVERA MARIA ELENA
Correo electrónico: mcastror@uazuay.edu.ec

Nivel: 4

Distribución de horas.

Docencia	Práctico	Autónomo: 96		Total horas
		Sistemas de tutorías	Autónomo	
64	0	16	80	160

Prerrequisitos:

Ninguno

2. Descripción y objetivos de la materia

En esta asignatura se pretende cubrir la importancia del análisis del entorno, la identificación de oportunidades de negocio, el manejo de equipos de trabajo y resolución de conflictos, el liderazgo, el empoderamiento y las técnicas básicas de marketing que permitirán concebir la idea de negocio y plasmarla en un entorno real. En ella se incluirá el uso de estrategias y herramientas para la generación de ideas, la identificación del contexto empresarial y el análisis objetivo de casos empresariales.

La asignatura emprendimiento se articula con otras asignaturas del currículum en cuanto a que provee técnicas para generación de ideas, así como la conceptualización de las técnicas y herramientas básicas de la administración de empresas para las otras asignaturas relacionadas con la gestión empresarial.

El emprendimiento es un campo de estudio importante y relevante. Es particularmente significativo para la prosperidad y el bienestar a muchos niveles: individual, familiar, comunitario, nacional e internacional y por lo tanto su estudio resulta esencial. Referirse al espíritu emprendedor significa mencionar dos tipos de competencias: unas genéricas y válidas para todo el conjunto de la sociedad y para el colectivo estudiantil, en la situación educativa, las cuales han de incluir las competencias clave renombradas por el Gobierno Nacional; y otras más específicas, vinculadas al desarrollo profesional como empresario/a y que se apoyan en las primeras.

3. Objetivos de Desarrollo Sostenible

4. Contenidos

1.1	Que es emprendimiento
1.2	El emprendedor y el empresario
1.3	El emprendedor y la innovación
1.4	Tipos de emprendimiento
1.5	El emprendimiento y el marketing
1.6	Diferentes enfoques del emprendedor
1.7	Importancia del emprendimiento: empresarios emprendedores
1.8	Etapas del proceso emprendedor
1.9	Fases y flujo del proceso

2.1	La creatividad: Qué es y su proceso
2.2	La creatividad y la Innovación
2.3	Métodos para generar ideas: racionales e intuitivos
2.4	Como buscar y encontrar oportunidades
2.5	Análisis de la Industria sectores y tendencias
2.6	Identificación de ideas y oportunidades
2.7	Herramientas para la evaluación de oportunidades de negocio
2.8	Validación de oportunidades de negocio
3.1	Que es modelo de negocio
3.2	Tipos, planes y estrategias
3.3	Validación del modelo de negocio
4.1	Concepto, prueba de concepto y desarrollo del producto
4.2	El producto mínimo viable
4.3	El plan de negocio y las fuentes de financiamiento.

5. Sistema de Evaluación

Resultado de aprendizaje de la carrera relacionados con la materia

Resultado de aprendizaje de la materia

ac. Diseñar modelos organizacionales

-Establece la estructura óptima sobre la cual construir el proyecto de emprendimiento

-Foros, debates, chats y otros
-Investigaciones
-Proyectos
-Reactivos

ah. Conocer y comprender las relaciones económicas que regula las actividades empresariales

-Diseña productos/servicios y aplica herramientas para generar ideas creativas e innovadoras.

-Foros, debates, chats y otros
-Investigaciones
-Proyectos
-Reactivos

Desglose de evaluación

Evidencia	Descripción	Contenidos sílabo a evaluar	Aporte	Calificación	Semana
Reactivos	Prueba en base a reactivos	Introducción al Emprendimiento	APORTE DESEMPEÑO	3.5	Semana: 4 (05-ABR-21 al 10-ABR-21)
Foros, debates, chats y otros	Foro de opinión en base a material científico sobre emprendimiento	Creatividad e Innovación	APORTE DESEMPEÑO	1.5	Semana: 6 (19-ABR-21 al 24-ABR-21)
Investigaciones	Investigación sobre modelos de negocio	Modelo de negocio	APORTE DESEMPEÑO	1	Semana: 10 (17-MAY-21 al 21-MAY-21)
Proyectos	Presentación de proyectos grupales	Desarrollo de Producto-Mercado, Modelo de negocio	APORTE DESEMPEÑO	4	Semana: 14 (14-JUN-21 al 19-JUN-21)
	APORTE CUMPLIMIENTO		APORTE CUMPLIMIENTO	10	Semana: 15 (21-JUN-21 al 26-JUN-21)
	APORTE ASISTENCIA		APORTE ASISTENCIA	10	Semana: 15 (21-JUN-21 al 26-JUN-21)
Proyectos	Guías de negocio en forma de artículos científicos, fruto de los planes de negocio generados	Creatividad e Innovación, Desarrollo de Producto-Mercado, Modelo de negocio	EXAMEN FINAL ASINCRÓNICO	10	Semana: 19-20 (19-07-2021 al 25-07-2021)
Reactivos	Examen final en base a reactivos	Creatividad e Innovación, Desarrollo de Producto-Mercado, Introducción al Emprendimiento, Modelo de negocio	EXAMEN FINAL SINCRÓNICO	10	Semana: 19 (19-JUL-21 al 24-JUL-21)
Proyectos	Guías de negocio en forma de artículos científicos, fruto de los planes de negocio generados	Creatividad e Innovación, Desarrollo de Producto-Mercado, Modelo de negocio	SUPLETORIO ASINCRÓNICO	10	Semana: 19-20 (19-07-2021 al 25-07-2021)
Reactivos	Examen final en base a reactivos	Creatividad e Innovación, Desarrollo de Producto-Mercado, Introducción al Emprendimiento, Modelo de negocio	SUPLETORIO SINCRÓNICO	10	Semana: 19 (19-JUL-21 al 24-JUL-21)

Metodología

Descripción	Tipo horas
Los estudiantes pondrán en práctica los conocimientos adquiridos en la aplicación de los mismos mediante sus propuestas propias, utilizando herramientas de investigación y presentaciones digitales.	Autónomo
Se hará uso de las herramientas tecnológicas para la transmisión de los conocimientos, mediante presentaciones digitales, campus virtual, foros, etc. Se propiciará la participación en clase con sesiones activas en donde la opinión de los estudiantes constituye el principal indicador del proceso de enseñanza - aprendizaje.	Total docencia

Criterios de evaluación

Descripción	Tipo horas
Se tomará en cuenta la relación pertinente entre lo teórico impartido y lo práctico desarrollado por los estudiantes, tanto en sus trabajos como en los foros de participación. Retroalimentando lo necesario para alcanzar los objetivos de aprendizaje.	Autónomo
La actuación en clase constituye una herramienta fundamental de análisis, además de los trabajos, pruebas en los que se evalúe los conocimientos adquiridos por los estudiantes. Las rúbricas de evaluación de cada herramienta serán presentadas oportunamente.	Total docencia

6. Referencias

Bibliografía base

Libros

Autor	Editorial	Título	Año	ISBN
SILVA DUARTE, JORGE ENRIQUE	Alfaomega	EMPRENDEDOR	2008	978-958-682-743-0
Loayza, B	Global Partners S.A.C.	La Guía de los Emprendedores	2014	
Arellano, R	Planeta	Al medio hay sitio	2010	
Arellano, R	Planeta	Bueno, Bonito y Barato	2007	
De Bono, E	Paidós	Pensamiento Lateral	1998	
Edward de Bono	Little, Brown and Company	Seis Sombreros para Pensar	1985	

Web

Autor	Título	Url
Irina Margarita Jurado-Paz1 , Michael Alexander Morán- Vallejo2	Jurado-Paz1 , Michael Alexander Morán- Vallejo2 Gestión universitaria de la innovación social promovida desde espacios académicos relacionados con el emprendimiento, la investigación y la proyección social	http://www.scielo.org.co/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S2027-83062019000100261#.XIRt_SCvi1Q.google
Elva Esther Vargas Martínez1 **, Irene Liliana Bahena Álvarez2 , Eulogio Cordón Pozo3	Innovación responsable: nueva estrategia para el emprendimiento de mipymes	http://www.scielo.org.co/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S0121-50512018000300041#.XIRo3GtP8YI.google
Fabio Orlando Cruz Páez 1 Carlos William Mera Rodríguez 2 Jorge Isaac Lechuga Cardozo 3	EVALUACIÓN DE ESTRATEGIAS DE EMPENDIMIENTO SOSTENIBLE E INNOVACIÓN IMPLEMENTADAS EN LAS UNIDADES PRODUCTIVAS DEL SENA CENTRO INDUSTRIAL Y DESARROLLO EMPRESARIAL DE SOACHA- CUNDINAMARCA- COLOMBIA	http://www.scielo.org.co/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S0124-86932019000100183#.XIRs9ufSM78.google

Software

Revista

Bibliografía de apoyo

Libros

Autor	Editorial	Título	Año	ISBN
ALCARAZ. R., RAFAEL E.	McGraw Hill Interamericana Editores, S.A. de C.V.	EL EMPRENDEDOR DE ÉXITO	2011	978 607 15 0611 5
Alejandro Schnarch Kirberg	McGraw-Hill	Desarrollo de nuevos productos : creatividad, innovación y marketing	2014	978-958-410-432-8

Web

Autor	Título	Url
Alfonso Rodríguez-Ramírez Álvaro Zapata-Domínguez	La crisis como escenario para surgimiento del emprendimiento social: caso de la Universidad del Valle	http://www.scielo.org.co/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S1657-63572020000300121&lang=es

Software

Revista

Docente

Director/Junta

Fecha aprobación: 11/03/2021

Estado: Aprobado