



FACULTAD DE CIENCIAS DE LA ADMINISTRACIÓN

ESCUELA DE INGENIERÍA EN CIENCIAS DE LA COMPUTACIÓN

1. Datos generales

Materia: EMPRENDIMIENTO EN INNOVACIÓN TECNOLÓGICA
Código: ICC0047
Paralelo: A
Periodo : Marzo-2024 a Junio-2024
Profesor: CRESPO MARTINEZ PAUL ESTEBAN
Correo electrónico: ecrespo@uazuay.edu.ec

Nivel: 8

Distribución de horas.

Docencia	Práctico	Autónomo: 56		Total horas
		Sistemas de tutorías	Autónomo	
48	16	16	40	120

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, despierta y fomenta el trabajo colaborativo disciplinar y multidisciplinar, 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. Esta asignatura se alinea con los Objetivos de desarrollo sostenible 1 (Fin de la pobreza) porque ayuda a los estudiantes y a través de su intermedio a la sociedad en conocer el proceso para la formación de empresas, respaldando la creación de negocios sostenibles de forma financiera y social por medio de la educación o recursos pertinentes. Aporta con el ODS4 - Educación de calidad, ya que posibilita la presentación de actividades abiertas al público como ferias de emprendimiento o webinars a las que podrá asistir el público en general. Finalmente, se alinea con el objetivo ODS5 - Igualdad de Género, puesto que da apertura a que las mujeres se vinculen con la sociedad a asignatura a través de prácticas de vinculación.

3. Objetivos de Desarrollo Sostenible



4. Contenidos

01.	El emprendimiento
01.01.	¿Por qué emprender? Diagrama del itinerario emprendedor
01.02.	Metodologías para el desarrollo de competencias emprendedoras

02.	Creatividad e innovación
02.01.	El proceso creativo e innovador. Técnicas para el desarrollo
03	Diseño pensado en el cliente
03.01.	Pensando en el cliente. Metodologías y modelos para el diseño de productos enfocados en las necesidades del cliente
03.02.	Identificación de oportunidades en el contexto. Las tecnologías que permiten aprovecharlas.
03.03.	Empatizar con el cliente
03.04.	Evaluación de la situación
03.05.	Formulación de alternativas
03.06.	Prototipado de la solución
03.07.	Testeo y correcciones
04	Comunicación
04.01.	La técnica del Pitch
04.02.	La publicidad como mecanismo de comunicación en los modelos de negocio.
05.	El modelo de negocio
05.01.	La propuesta de valor
05.02.	El mercado objetivo
05.03.	La distribución de los productos tecnológicos
05.04.	Modelo Canvas y sus variantes
05.05.	Sostenibilidad y responsabilidad social y ambiental
05.06.	Búsqueda del financiamiento
05.07.	Declaratoria de la misión, visión, objetivos y estrategias

5. Sistema de Evaluación

Resultado de aprendizaje de la carrera relacionados con la materia

Resultado de aprendizaje de la materia

bn. Fomenta el espíritu emprendedor para identificar oportunidades de negocio, analizando el contexto financiero, operativo y de mercado.

Evidencias

-Aplica los principios y herramientas del marketing para el mercadeo de productos tecnológicos.

-Evaluación oral
-Foros, debates, chats y otros
-Prácticas de campo (externas)
-Resolución de ejercicios, casos y otros
-Trabajos prácticos - productos

-Conoce la estructura de un plan de negocios.

-Evaluación oral
-Foros, debates, chats y otros
-Prácticas de campo (externas)
-Resolución de ejercicios, casos y otros
-Trabajos prácticos - productos

-Identifica las oportunidades de negocio en un nicho de mercado.

-Evaluación oral
-Foros, debates, chats y otros
-Prácticas de campo (externas)
-Resolución de ejercicios, casos y otros
-Trabajos prácticos - productos

Desglose de evaluación

Evidencia	Descripción	Contenidos sílabo a evaluar	Aporte	Calificación	Semana
Prácticas de campo (externas)	Ejercicio de emprendimiento con 0 capital. Se evalúa la innovación, impacto y contribución de la idea en las necesidades de un cliente.	El emprendimiento	APORTE	3	Semana: 1 (01-MAR-24 al 02-MAR-24)
Foros, debates, chats y otros	Análisis del caso empresarial McDonalds. - Identificación de la propuesta creativa y su diferenciación con la competencia.	Creatividad e innovación, El emprendimiento	APORTE	2	Semana: 2 (04-MAR-24 al 09-MAR-24)
Trabajos prácticos - productos	Prototipo de un producto de base tecnológica	Diseño pensado en el cliente	APORTE	3	Semana: 4 (18-MAR-24 al 23-MAR-24)
Trabajos prácticos - productos	Sondeo de las necesidades del cliente. Identifica un problema real que pueda ser solventado con tecnologías de información. Debe ser una idea innovadora.	Diseño pensado en el cliente	APORTE	2	Semana: 4 (18-MAR-24 al 23-MAR-24)
Resolución de ejercicios, casos y otros	Caso empresarial - Industria de los videojuegos	Diseño pensado en el cliente	APORTE	3	Semana: 5 (25-MAR-24 al 28-MAR-24)
Trabajos prácticos - productos	Publicidad de la idea del producto. El desafío de la comunicación y la estrategia de marketing comunicacional	Comunicación	APORTE	3	Semana: 8 (15-ABR-24 al 20-ABR-24)
Prácticas de campo (externas)	Propuesta de valor - Análisis de la propuesta de valor de las empresas. Minidocumental desarrollado por el estudiante.	Comunicación, El modelo de negocio	APORTE	4	Semana: 9 (22-ABR-24 al 26-ABR-24)
Trabajos prácticos - productos	Análisis de casos empresariales - Casos asignados al azar.	El modelo de negocio	APORTE	3	Semana: 12 (13-MAY-24 al 18-MAY-24)
Trabajos prácticos - productos	Plan de negocio de la idea del producto. Se evaluará mediante una rúbrica socializada previamente con los estudiantes.	El modelo de negocio	APORTE	7	Semana: 12 (13-MAY-24 al 18-MAY-24)
Evaluación oral	Presentación del proyecto en la casa abierta de Administración de Empresas	Comunicación, Creatividad e innovación, Diseño pensado en el cliente, El emprendimiento, El modelo de negocio	EXAMEN	20	Semana: 16 (10-JUN-24 al 11-JUN-24)
Evaluación oral	Presentación del negocio. El trabajo será calificado por un tribunal.	Comunicación, Creatividad e innovación, Diseño pensado en el cliente, El emprendimiento, El modelo de negocio	SUPLETORIO	20	Semana: 19-20 (al)

Metodología

Descripción	Tipo horas
Los estudiantes trabajarán en un proyecto a lo largo del ciclo. Realizarán investigación de campo así como la resolución de casos empresariales. Existirá material en el aula virtual de la universidad, el cual deberá ser revisado por los estudiantes previo cada una de las sesiones.	Autónomo
En las horas autónomas, los estudiantes interactuarán con los contenidos y tareas que se han preparado en el aula virtual, con el objetivo de fortalecer el aprendizaje.	Horas Autónomo
La asignatura tiene un alto grado práctico. En las sesiones en clase se realizarán, mayoritariamente, ejercicios que permitan a los estudiantes despertar el espíritu emprendedor, así como la resolución de casos empresariales, los cuales deberán haber preparado con anterioridad a la sesión práctica.	Horas Práctico
Se explicarán las clases a forma de casos empresariales y ejercicios. También se aplicará la gamificación en las sesiones. Se realizarán ejercicios para fomentar la creatividad.	Total docencia

Criterios de evaluación

Descripción	Tipo horas
La preparación del material previo a las sesiones presenciales también serán consideradas, para lo cual se realizarán minitest en el aula virtual. No se receptarán trabajos fuera del plazo indicado. La ética profesional es importante en este campo, por lo tanto cada trabajo enviado incluirá al final la leyenda "Por ética y por mi honor, declaro que este trabajo es fruto de mi propio esfuerzo".	Autónomo
En el aula virtual se presentarán ejercicios, foros y actividades que el estudiante deberá cumplir. Las tareas tienen un periodo de vigencia. Una vez cerradas, la calificación no podrá ser recuperada.	Horas Autónomo
Las evaluaciones prácticas serán realizadas en base a una rúbrica de calificación. Los análisis de casos empresariales se entienden que son prácticos y por tal razón de opinión propia. Todo trabajo será revisado por un sistema antiplagio. Trabajos copiados de internet o entre estudiantes serán calificados con 0 puntos y sancionados de acuerdo con el estatuto universitario.	Horas Práctico
En clase se evaluarán los debates y productos que se propongan durante la hora de clase. Es importante que todos los estudiantes participen en ellos. Las evaluaciones y trabajos son socializados con anticipación, por lo tanto no se los receptará fuera del plazo indicado. Se considera como factor primordial la innovación, por la cual las ideas deben ser innovadoras, así como deben presentar una contribución real a la sociedad. Si Ud. ha revisado todo este sílabo, envíe un correo a ecrespo@uazuay.edu.ec indicando sus nombres y apellidos completos, el código de estudiante y las fechas y actividades a realizar que serán evaluadas.	Total docencia

6. Referencias

Bibliografía base

Libros

Autor	Editorial	Título	Año	ISBN
: PHILIP KOTLER ; GARY ARMSTRONG	Pearson	FUNDAMENTOS DE MARKETING	2003	64274
Morillo Wellenius, Mauricio	Imprenta Mariscal	Emprende Ya	2019	798-9942-36-523-1
CHRISTOPHER LOVELOCK, JOCHEN WIRTZ	Pearson Prentice Hall	Marketing de Servicios	2009	

Web

Autor	Título	Url
Morillo Wellenius, Mauricio	Emprende Ya	https://emprendeya.com/

Software

Revista

Bibliografía de apoyo

Libros

Autor	Editorial	Título	Año	ISBN
Brown, Tim	Harvard Business Review América Latina	Design Thinking	2008	R0809N-E

Web

Autor	Título	Url
Ignacio, Samuel Fernández	Marcas gráficas y city branding en España: el caso de A Coruña	https://search.proquest.com/docview/2094384960?accountid=365521

Software

Autor	Título	Url	Versión
Canva	Canva	https://www.canva.com/es_es/	

Revista

Docente

Director/Junta

Fecha aprobación: 09/02/2024

Estado: Aprobado