UNIVERSIDAD DEL AZUAY

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 : Febrero-2025 a Junio-2025
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.	Introducción a la innovación.
01.01.	Innovación y creatividad
01.02.	Casos de estudio de empresa 5.0

01.02.	Casos de estudio de innovación en las TI
01.03.	Tipos de innovación
01.04.	El ecosistema de innovación
02.	PIG Financiero
02.01.	OPEX vs CAPEX
02.02.	Empresa 5.0
03.	El diseño centrado en el cliente
03.01.	Identificación de oportunidades
03.02.	El círculo dorado de Simon Sinek
03.03.	Trabajo en equipo. Roles, empatía y conflicto
03.04.	Design Thinking
03.05.	Design Sprint
03.06.	Dinámica de trabajo en equipo y manejo de conflictos
04.	Estrategias
04.01.	La comunicación, asertividad, empatía. Acción y reacción
04.02.	Marketing digital
04.03.	Funnel de ventas
04.04.	Estrategias de marketing mix
04.05.	Estrategias de blended marketing
04.06.	Estrategias de venta (CRM)
04.07.	Estrategia de servicios
04.08.	Estrategia de personalización
05.	La estructua de cultura ágil - AzureDevOps
05.01.	Introducción a la cultura ágil
05.02.	Azure DevOps
05.03.	Scrum
05.04.	La gestión ágil en proyectos
05.05.	Desarrollo colaborativo en proyectos ágiles
05.06.	Ejecución pruebas
05.07.	Monitoreo y retroalimentación constante
06.	Estrategia de OKR
06.01.	Aplicación de OKR en las estrategias empresariales
06.01.	Qué son los OKR
07.	Transformación digital
07.01.	La era de la transformación digital
07.02.	Tipos de tecnologías
07.03.	Herramientas en la transformación digital
07.03.	Tendencias y oportunidades
08.	El emprendedor de la era digital

08.01.	Modelo de negocio
08.02.	Prototipado
08.03.	Diagrama de validación de la idea. Valor de uso. Valor de cambio.
08.04.	Búsqueda de financiamiento
08.05.	Creación de la empresa e inicio del negocio
08.06.	Operando el negocio

5. Sistema de Evaluación

Resultado de aprendizaje de la carrera relacionados con la materia

Resultado de aprendizaje de la materia	Evidencias
bn. Fomenta el espíritu emprendedor para identificar oportunidades de negocio, analizando el contexto financiero, operativo y de mercado.	
-Aplica los principios y herramientas del marketing para el mercadeo de productos tecnológicos.	-Reactivos -Trabajos prácticos - productos
-Conoce la estructura de un plan de negocios.	-Reactivos -Trabajos prácticos - productos
-Identifica las oportunidades de negocio en un nicho de mercado.	-Reactivos -Trabajos prácticos - productos

Desglose de evaluación

Evidencia	Descripción	Contenidos sílabo a evaluar	Aporte	Calificación	Semana
Trabajos prácticos - productos	Producto tecnológico pensado en el cliente	El diseño centrado en el cliente, Introducción a la innovación., PIG Financiero	APORTE	10	Semana: 4 (10/03/2025 al 15/03/2025)
Reactivos	Minitest y/o caso de estudio	Estrategia de OKR, Estrategias, La estructua de cultura ágil - AzureDevOps	APORTE	1	Semana: 8 (07/04/2025 al 12/04/2025)
Trabajos prácticos - productos	Gestión de proyectos y formulación de estrategias comerciales	Estrategia de OKR, Estrategias, La estructua de cultura ágil - AzureDevOps	APORTE	9	Semana: 8 (07/04/2025 al 12/04/2025)
Trabajos prácticos - productos	Modelos de negocio y operaciones. Prácticas en el simulador	El emprendedor de la era digital, Estrategia de OKR, Transformación digital	APORTE	10	Semana: 12 (05/05/2025 al 10/05/2025)
Trabajos prácticos - productos	Propuesta de negocio para el proyecto elegido + Informe	El diseño centrado en el cliente, El emprendedor de la era digital, Estrategia de OKR, Estrategias, Introducción a la innovación., La estructua de cultura ágil - AzureDevOps, PIG Financiero, Transformación digital	EXAMEN	20	Semana: 17-18 (08-06-2025 al 21-06-2025)
Trabajos prácticos - productos	Presentación del proyecto de modelo de negocio.	El diseño centrado en el cliente, El emprendedor de la era digital, Estrategia de OKR, Estrategias, Introducción a la innovación., La estructua de cultura ágil - AzureDevOps, PIG Financiero, Transformación digital	SUPLETORIO	20	Semana: 19-20 (al)

Metodología

Descripción	Tipo horas
Los estudiantes deberán desarrollar las actividades propuestas en el aula virtual y tenerlas listas para las clases presenciales.	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 aplicará la técnica de aula invertida a manera que los estudiantes puedan revisar los temas de la asignatura para que en clase se puedan aplicar estos de forma práctica. Esto permitirá resolver ejercicios y problemas que se planteen en clase, los cuales obtendrán la retroalimentación del profesor.	Total docencia

Criterios de evaluación

Descripción	Tipo horas
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. La preparación del material previo a las sesiones presenciales también serán consideradas, para lo cual se realizarán minitests en el aula virtual.	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
Ellen Lupton	Editorial GG	Intuición, acción, creación... Graphic Design Thinking	2015	978-8425225734

Web

Docente

Director/Junta

Fecha aprobación: 05/02/2025

Estado: Aprobado