



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

1. Datos generales

Materia: EMPRENDEDORES I
Código: FAD0213
Paralelo: A
Periodo : Marzo-2017 a Julio-2017
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

Se pretende conocer las características que hacen a un emprendedor. Luego aborda los principios básicos para la creación de un producto o servicio, considerando el estudio de las necesidades del mercado, la definición de un producto tecnológico en base al ciclo de vida, los canales de comercialización y las estrategias de fijación de precios.

Esta asignatura de Emprendedores I contribuye en el futuro profesional mediante la creación de su Plan de Marketing con el que tendrá una perspectiva mas clara sobre el desarrollo de un producto desde el punto de vista comercial en base a las necesidades del mercado, además de establecer el canal de comercialización correcto y las estrategias para la fijación de precios.

Para muchas personas, el llevar a la ejecución una idea suele resultar compleja. Mas aún cuando se quiere convertir una idea en un producto que pueda ser comercializado en un mercado determinado. Es por ello que esta asignatura proporciona las técnicas y herramientas necesarias para diseñar un producto considerando el ciclo de vida comercial.

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
05.05.	Factores internos y externos que afectan a la fijación de precios: Demanda y oferta

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

-Evaluación escrita
-Investigaciones
-Trabajos prácticos - productos

-Elaborar un estudio de mercado para conocer las expectativas de los clientes potenciales en relación al producto y/o servicio ofrecido.

-Evaluación escrita
-Investigaciones
-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

-Evaluación escrita
-Investigaciones
-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.

-Evaluación escrita
-Investigaciones
-Trabajos prácticos - productos

Desglose de evaluación

Evidencia	Descripción	Contenidos sílabo a evaluar	Aporte	Calificación	Semana
Investigaciones	Trabajo de investigación de mercado	El mercado y los consumidores, Empredimiento	APORTE 1	10	Semana: 5 (17-ABR-17 al 22-ABR-17)
Trabajos prácticos - productos	trabajo sobre el desarrollo de un producto, considerando las diferentes etapas del ciclo de vida y la propuesta de valor	El producto	APORTE 2	10	Semana: 9 (15-MAY-17 al 17-MAY-17)
Trabajos prácticos - productos	Trabajo relacionado con la fijación de precios y canales de comercialización identificados y propuestos para el producto definido.	Distribución y promoción, El Precio	APORTE 3	10	Semana: 14 (19-JUN-17 al 24-JUN-17)
Trabajos prácticos - productos	Plan de marketing del producto realizado a lo largo del ciclo, además de un artículo académico relacionado con la investigación del mercado y el concepto de producto desarrollado	Distribución y promoción, El Precio, El mercado y los consumidores, El producto, Empredimiento	EXAMEN	20	Semana: 17-18 (09-07-2017 al 22-07-2017)
Evaluación escrita	Evaluación escrita sobre los contenidos revisados en los diferentes capítulos a lo largo del ciclo.	Distribución y promoción, El Precio, El mercado y los consumidores, El producto, Empredimiento	SUPLETORIO	20	Semana: 19-20 (23-07-2017 al 29-07-2017)

Metodología

Criterios de evaluación

6. Referencias

Bibliografía base

Libros

Autor	Editorial	Título	Año	ISBN
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	
Alcaraz Rafael	McGraw Hill	El Emprendedor de éxito	2006	

Web

Software

Revista

Bibliografía de apoyo

Libros

Autor	Editorial	Título	Año	ISBN
: PHILIP KOTLER ; GARY ARMSTRONG	Pearson	FUNDAMENTOS DE MARKETING	2003	64274
KOTLER, KELLER	Pearson Education	DIRECCIÓN DE MARKETING	2006	0-13-145757-8

Web

Software

Revista

Docente

Director/Junta

Fecha aprobación: **15/03/2017**

Estado: **Aprobado**