



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

### 1. Datos generales

**Materia:** EMPRENDEDORES I  
**Código:** FAD0213  
**Paralelo:**  
**Periodo :** Marzo-2017 a Julio-2017  
**Profesor:** CRESPO MARTINEZ PAUL ESTEBAN  
**Correo electrónico:** ecrespo@uazuay.edu.ec

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

### Prerrequisitos:

Código: FAD0194 Materia: ESTADÍSTICA

### 2. Descripción y objetivos de la materia

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.

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.

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. Contenidos

<b>01.</b>	<b>Empredimiento</b>
01.01.	Emprendimiento y liderazgo (2 horas)
01.02.	Evaluación de la capacidad para emprender (1 horas)
01.03.	Creatividad y características (1 horas)
01.04.	Trabajo en equipo vs equipo de trabajo (2 horas)
01.05.	Análisis de casos de emprendimiento (2 horas)
<b>02.</b>	<b>El mercado y los consumidores</b>
02.01.	Introducción al marketing (1 horas)
02.02.	Introducción a la investigación de mercados (1 horas)
02.03.	Caracterización de un mercado (1 horas)
02.04.	Segmentación de mercados (1 horas)
02.05.	Comportamiento del consumidor (2 horas)
02.06.	Competidores y proveedores (2 horas)
02.07.	El estudio de mercado (2 horas)
<b>03.</b>	<b>El producto</b>
03.01.	Productos y servicios (2 horas)
03.02.	Ciclo de vida de un producto / servicio (2 horas)
03.03.	Metodologías para el desarrollo de productos (2 horas)
03.04.	Diseño y prueba de productos (4 horas)
03.05.	Productos tecnológicos (2 horas)
03.06.	Servicios (2 horas)

03.07.	Servipanoramas y servucción (4 horas)
03.08.	La propuesta de valor (2 horas)
03.09.	Herramientas de gestión de productos (4 horas)
<b>04.</b>	<b>El Precio</b>
04.01.	Introducción a la fijación de precios (2 horas)
04.02.	Determinación de los costos (2 horas)
04.03.	Estrategias para la fijación de precios (4 horas)
04.04.	El punto de equilibrio (2 horas)
04.05.	Factores internos y externos que afectan a la fijación de precios: Demanda y oferta (2 horas)
<b>05.</b>	<b>Distribución y promoción</b>
05.01.	Canales de marketing (2 horas)
05.02.	Estrategias en el punto de venta (2 horas)
05.03.	Publicidad (2 horas)
05.04.	Estrategias a considerar en la promoción (2 horas)
05.05.	Factores internos y externos que afectan a la fijación de precios: Demanda y oferta (2 horas)

#### 4. Sistema de Evaluación

Resultado de aprendizaje de la carrera relacionados con la materia

Resultado de aprendizaje de la materia	Evidencias
<b>ai. Hace uso de los conocimientos y saberes desarrollados, en ámbitos gerenciales y administrativos de la empresa.</b>	
-Diseña un producto y/o servicio tecnológico, aplicando los principios básicos del Marketing	-Evaluación escrita -Trabajos prácticos - productos
-Elaborar un estudio de mercado para conocer las expectativas de los clientes potenciales en relación al producto y/o servicio ofrecido.	-Trabajos prácticos - productos
-null	-Evaluación escrita -Trabajos prácticos - productos -Trabajos prácticos - productos
<b>ak. Supervisa y brinda asistencia a las personas involucradas en los sistemas de información.</b>	
-Identifica los puntos principales a incluir en el resumen ejecutivo del Plan de Marketing	-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.	-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 (17/04/17 al 22/04/17)
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 (15/05/17 al 17/05/17)
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 (19/06/17 al 24/06/17)
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	Distribución y promoción, El Precio, El mercado y los consumidores, El producto,	SUPLETORIO	20	Semana: 19-20 (23-07-2017 al 29-07-2017)

Evidencia	Descripción	Contenidos sílabo a evaluar	Aporte	Calificación	Semana
	a lo largo del ciclo.	Empredimiento			

## Metodología

Los trabajos de emprendimiento son prácticos. Se busca despertar la creatividad de los estudiantes, para lo cual se tratará la evaluación de varios aspectos importantes en el marketing:

- Desarrollo de propios productos
- La investigación de mercado
- Los canales de comercialización y distribución
- Los canales de comunicación
- La fijación del precio
- El servicio como valor agregado

Entre los trabajos propuestos está el emprendimiento con capital cero, el desarrollo de un concepto de producto utilizando metodologías ágiles, el estudio y análisis de mercado, y los grupos focales; a manera de que los estudiantes puedan aprender a desarrollar una idea bajo un tipo de motivación.

Por otro lado está el desarrollo de una idea de producto tecnológico, en la que el estudiante aprenderá a manejar los conceptos básicos para diseñar un producto, utilizando algunos conceptos conocidos como "Las P de Marketing y el Marketing Mix"

El uso de las herramientas tecnológicas son importantes. El estudio de mercado se lo hará utilizando Qualtrics, para los cuales los estudiantes deberán aprobar el curso en línea impartido por esta empresa.

Los ensayos de las experiencias adquiridas son fundamentales. Es por ello que se propone realizar un ensayo sobre la importancia del emprendimiento, el estudio de mercado y al análisis del ciclo de vida de un producto.

## Criterios de Evaluación

Para la calificación de los trabajos se tomará mucho en cuenta los siguientes factores:

- Los trabajos copiados textualmente de Internet u otras fuentes sin haberlas citado serán consideradas como plagio y serán calificadas automáticamente con cero.
- Los documentos deben ser coherentes y mantener una adecuada redacción, ortografía y citas bibliográficas.
- Las presentaciones con diapositivas son simplemente una guía de apoyo al expositor. Deben ser lo más claras y visuales posibles, debido a que el marketing es un factor predominante en el emprendimiento. Diapositivas cargadas con texto tendrán un valor de cero puntos.
- La exposición de los trabajos exige mucha preparación a los participantes de la misma. Se tomará en cuenta la seguridad y claridad de explicación, el lenguaje corporal, el conocimiento sobre el tema, la apariencia física del expositor.
- En todas las pruebas y lecciones escritas se calificará procedimiento de resolución y resultados obtenidos, considerando coherencia y certeza en la aplicación de razonamientos y teorías. Además de la resolución de casos y ejercicios, todas las evaluaciones incluirán preguntas de razonamiento e interpretación de información
- El examen final contemplará un trabajo en el cual, se apliquen los conocimientos adquiridos para formular un plan de marketing, el mismo que consistirá en una exposición (50%) y un documento de soporte (50%). Se evaluará la calidad de la presentación, considerando aspectos de marketing, presentación de los expositores, control del tiempo de la exposición, precisión en las estrategias planteadas y el análisis del ciclo de vida del producto considerando varias P de marketing; así como también la calidad del contenido y el material de soporte de la documentación. Los expositores deberán incluir un CD con un video que resuma la motivación que ha tenido para la creación de su producto, además de los pasos que han realizado para cumplir con el mismo.

## 5. 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

### Bibliografía de apoyo

#### Libros

Autor	Editorial	Título	Año	ISBN
-------	-----------	--------	-----	------

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

Web

---

Software

---

\_\_\_\_\_  
Docente

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

Fecha aprobación: **15/03/2017**

Estado: **Aprobado**