



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

### 1. Datos generales

**Materia:** EMPRENDEDORES I

**Código:** FAD0213

**Paralelo:**

**Periodo :** Marzo-2019 a Julio-2019

**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 Negocios que posiblemente será la actividad principal que se ocupará durante sus acciones competitivas en un futuro cercano. Existe una línea muy débil entre el pensamiento y la acción, entre los sueños y las realidades, entre las intenciones y los hechos. Con el conocimiento de su especialización de la carrera podrá desarrollar a futuro emprendimientos que considere viable realizar.

Conocer las características del emprendedor, identificar el mercado que pretende cubrir con la oferta de bienes o servicios, utilizar la investigación de mercado como herramienta de apoyo, conocer los principios básicos de contabilidad, determinar las necesidades de producción de bienes o servicios.

Esta asignatura se relacionará técnicas de investigación, Deontología, Sistemas de Información Gerencial, que serán las áreas en las cuales los futuros profesionales emprenderán sus futuros negocios.

### 3. Contenidos

<b>01.</b>	<b>Empredimiento</b>
01.01.	Empredimiento 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	-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
Trabajos prácticos - productos	Ejercicio sobre emprendimiento con cero capital	Empredimiento	APORTE 1	3	Semana: 1 (11/03/19 al 16/03/19)
Trabajos prácticos - productos	El ser, el entorno y el territorio	Empredimiento	APORTE 1	3	Semana: 2 (18/03/19 al 23/03/19)
Trabajos prácticos - productos	Creatividad e innovación. Desarrollo de un ejercicio	El mercado y los consumidores, Empredimiento	APORTE 1	4	Semana: 4 (01/04/19 al 06/04/19)
Investigaciones	Investigación del entorno	El mercado y los consumidores, El producto	APORTE 2	6	Semana: 8 (29/04/19 al 02/05/19)
Trabajos prácticos - productos	formulación del prototipo	El producto	APORTE 2	4	Semana: 8 (29/04/19 al 02/05/19)
Trabajos prácticos - productos	Testaje de prototipo.	El Precio	APORTE 3	3	Semana: 12 (27/05/19 al 01/06/19)
Trabajos prácticos - productos	Video promocional y fijación del precio.	Distribución y promoción, El Precio, El producto	APORTE 3	7	Semana: 14 (10/06/19 al 15/06/19)
Trabajos prácticos - productos	Plan de marketing	Distribución y promoción, El Precio, El mercado y los consumidores, El producto, Empredimiento	EXAMEN	20	Semana: 19-20 (14-07-2019 al 20-07-2019)
Trabajos prácticos -	Plan de marketing	Distribución y promoción, El Precio, El mercado y los	SUPLETORIO	20	Semana: 20 ( al )

Evidencia	Descripción	Contenidos sílabo a evaluar	Aporte	Calificación	Semana
productos		consumidores, El producto, Empredimiento			

## Metodología

La materia se dicta con un componente teórico y práctico. Para los aspectos teóricos, es importante que los estudiantes preparen el material previo a la clase. El reto de los trabajos prácticos que se proponen buscan despertar la creatividad de los estudiantes mediante varias técnicas de motivación, para ello se tratará en la evaluación varios aspectos importantes relacionados, como son la innovación, el trabajo en equipo, la comunicación inter e intra personal, la gestión empresarial y el marketing.

Entre los trabajos propuestos está el emprendimiento con capital cero, a manera de que los estudiantes puedan aprender a desarrollar una idea bajo un tipo de motivación.

Se aplicarán técnicas de sondeo y estudio de mercado, así como la identificación del comportamiento del consumidor. Para ello se realizará una visita a un centro comercial y a un mercado.

## 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 negocio, 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 financiero, 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 negocio, 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
BARBARA HATELEY	Norma	PAVO REAL EN EL REINO DE LOS PINGUINOS : FÁBULA SOBRE LOS RIESGOS Y POSIBILIDADES DE SER DIFERENTE E	2008	978-958-450-705-1
ARMSTRONG, Gary; KOTLER, Philip	Pearson	Fundamentos de Marketing	2013	978-607-32-1723-1

<b>Autor</b>	<b>Editorial</b>	<b>Título</b>	<b>Año</b>	<b>ISBN</b>
PHILIP KOTLER ; KEVIN LANE KELLER	Pearson	DIRECCIÓN DE MARKETING	2012	978-6-07-321245-8

Web

---

Software

---

\_\_\_\_\_  
Docente

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

Fecha aprobación: **28/02/2019**

Estado: **Aprobado**