



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

1. Datos

Materia: EMPRENDEDORES I
Código: FAD0213
Paralelo: A
Periodo : Marzo-2020 a Agosto-2020
Profesor: CRESPO MARTINEZ PAUL ESTEBAN
Correo electrónico: ecrespo@uazuay.edu.ec
Prerrequisitos:

Código: FAD0194 Materia: ESTADÍSTICA

Nivel: 8

Distribución de horas.

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

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

01.	Empredimiento
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)
02.	El mercado y los consumidores
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)
03.	El producto
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)
04.	El Precio
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)
05.	Distribución y promoción
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

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

-Proyectos
-Resolución de ejercicios, casos y otros
-Trabajos prácticos - productos

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

-Proyectos
-Resolución de ejercicios, casos y otros
-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

-Proyectos
-Resolución de ejercicios, casos y otros
-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.

-Proyectos
-Resolución de ejercicios, casos y otros
-Trabajos prácticos - productos

Desglose de evaluación

Evidencia	Descripción	Contenidos sílabo a evaluar	Aporte	Calificación	Semana
Trabajos prácticos - productos	Ejercicio de emprendimiento con 0 capital	Empredimiento	APORTE	3	Semana: 1 (01/04/20 al 06/04/20)
Resolución de ejercicios, casos y otros	Análisis de caso empresarial	Empredimiento	APORTE	3	Semana: 3 (15/04/20 al 20/04/20)

Evidencia	Descripción	Contenidos sílabo a evaluar	Aporte	Calificación	Semana
Trabajos prácticos - productos	Análisis de mercado y características del consumidor	El mercado y los consumidores	APORTE	4	Semana: 4 (22/04/20 al 27/04/20)
Trabajos prácticos - productos	desarrollo de un producto no tecnológico	El producto	APORTE	5	Semana: 7 (13/05/20 al 18/05/20)
Resolución de ejercicios, casos y otros	desarrollo de un producto tecnológico	El producto	APORTE	5	Semana: 8 (20/05/20 al 25/05/20)
Trabajos prácticos - productos	Fijación de precio del producto	El Precio	APORTE	2	Semana: 9 (27/05/20 al 29/05/20)
Trabajos prácticos - productos	video comercial del producto	Distribución y promoción	APORTE	3	Semana: 12 (17/06/20 al 22/06/20)
Trabajos prácticos - productos	Comunicación del producto y validación	Distribución y promoción, El Precio	APORTE	2	Semana: 12 (17/06/20 al 22/06/20)
Resolución de ejercicios, casos y otros	Análisis de caso empresarial	Distribución y promoción	APORTE	3	Semana: 13 (24/06/20 al 29/06/20)
Proyectos	Presentación del producto en casa abierta y plan de negocio	Distribución y promoción, El Precio, El mercado y los consumidores, El producto, Empredimiento	EXAMEN	20	Semana: 17-18 (21-07-2020 al 03-08-2020)
Resolución de ejercicios, casos y otros	Resolución de un caso empresarial	Distribución y promoción, El Precio, El mercado y los consumidores, El producto, Empredimiento	SUPLETORIO	20	Semana: 19 (al)

Metodología

La materia de emprendimiento tiene un componente teórico y uno práctico en mayor porcentaje. Las clases se presentan en una parte de manera teórica, otros son videos y lectura de casos empresariales. Se busca despertar la creatividad de los estudiantes, para lo cual se tratará la evaluación de varios aspectos importantes en el emprendimiento, a través de ejercicios que estimulen la participación y creatividad:

- Desarrollo de la idea del producto
- La investigación de mercado
- El financiamiento
- La implantación de la idea
- La comercialización

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 puntos, así como los copiados entre compañeros de clase.
- 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.

No se aceptarán trabajos fuera de plazo. Los mismos serán aceptados únicamente en el campus virtual.

5. Referencias

Bibliografía base

Libros

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

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
Alcaraz Rafael	McGraw Hill	El Emprendedor de éxito	2006	
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	
ARMSTRONG, Gary; KOTLER, Philip	Pearson	Fundamentos de Marketing	2013	978-607-32-1723-1

Web

Software

Bibliografía de apoyo

Libros

Web

Software

Docente

Director/Junta

Fecha aprobación: **02/03/2020**

Estado: **Aprobado**