



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

1. Datos

Materia: EMPRENDEDORES I
Código: FAD0213
Paralelo: A
Periodo : Marzo-2018 a Julio-2018
Profesor: CRESPO MARTINEZ PAUL ESTEBAN
Correo electrónico: ecrespo@uazuay.edu.ec
Prerrequisitos:

Código: FAD0194 Materia: ESTADÍSTICA

Nivel: 8

Distribución de horas.

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

2. Descripción y objetivos de la materia

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 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.

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. Objetivos de Desarrollo Sostenible

4. 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)

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
Trabajos prácticos - productos	Creación de un negocio con cero capital	Empredimiento	APORTE 1	2	Semana: 1 (12/03/18 al 17/03/18)
Trabajos prácticos - productos	Trabajo de liderazgo	Empredimiento	APORTE 1	1	Semana: 2 (19/03/18 al 24/03/18)
Investigaciones	Investigación de mercado aplicando técnicas de investigación cualitativa.	El mercado y los consumidores	APORTE 1	7	Semana: 4 (02/04/18 al 07/04/18)
Trabajos prácticos - productos	Desarrollo de un producto no tecnológico	El producto	APORTE 2	5	Semana: 6 (16/04/18 al 21/04/18)
Trabajos prácticos - productos	Desarrollo de un producto tecnológico	El producto	APORTE 2	5	Semana: 8 (01/05/18 al 05/05/18)
Trabajos prácticos - productos	Identificación del precio de venta mediante análisis de punto de equilibrio	El Precio	APORTE 3	3	Semana: 12 (28/05/18 al 02/06/18)
Trabajos prácticos - productos	Video promocional del producto	Distribución y promoción	APORTE 3	5	Semana: 13 (04/06/18 al 09/06/18)
Trabajos prácticos - productos	Análisis de la cadena de distribución	Distribución y promoción	APORTE 3	2	Semana: 14 (11/06/18 al 16/06/18)
Trabajos prácticos - productos	Presentación de un producto o idea tecnológica.	Distribución y promoción, El Precio, El mercado y los consumidores, El producto	EXAMEN	20	Semana: 17-18 (01-07-2018 al 14-07-2018)
Trabajos prácticos - productos	Análisis de un caso empresarial.	Distribución y promoción, El Precio, El mercado y los consumidores, El producto	SUPLETORIO	20	Semana: 20 (al)

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 e innovación de productos, mediante actividades prácticas.
- La investigación de mercado, mediante el uso de grupos focales, encuestas e información secundaria.
- Manejo de la cadena de distribución, a través del análisis de casos empresariales.
- Presupuestos, fijación de precio y financiamiento, mediante modelamiento matemático.

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. La redacción y la ortografía hacen referencia a un 10% de la calificación de los trabajos y pruebas. Las fuentes bibliográficas deben ser artículos académicos o revistas especializadas. Se descarta cualquier otra fuente que no cumpla con estos parámetros.

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.

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	

Autor	Editorial	Título	Año	ISBN
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

Web

Software

Docente

Director/Junta

Fecha aprobación: **21/02/2018**

Estado: **Aprobado**