



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

1. Datos

Materia: EMPRENDEDORES I
Código: FAD0213
Paralelo: A
Periodo : Marzo-2021 a Julio-2021
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	-Investigaciones -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.	-Investigaciones -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	-Investigaciones -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.	-Investigaciones -Resolución de ejercicios, casos y otros -Trabajos prácticos - productos

Desglose de evaluación

Evidencia	Descripción	Contenidos sílabo a evaluar	Aporte	Calificación	Semana
Resolución de ejercicios, casos y otros	Revisión a casos empresariales	Empredimiento	APORTE DESEMPEÑO	3	Semana: 4 (05/04/21 al 10/04/21)
Investigaciones	Revisión de mercado	El mercado y los consumidores	APORTE DESEMPEÑO	3	Semana: 8 (03/05/21 al 08/05/21)
Trabajos prácticos - productos	Plan de negocios: Incluye plan de marketing y plan financiero.	Distribución y promoción, El Precio, El producto	APORTE DESEMPEÑO	4	Semana: 12 (31/05/21 al 05/06/21)
Trabajos prácticos - productos	Plan de negocios	Distribución y promoción, El Precio, El mercado y los consumidores, El producto, Empredimiento	EXAMEN FINAL ASINCRÓNICO	10	Semana: 19-20 (19-07-2021 al 25-07-2021)
Trabajos prácticos - productos	Presentación (sustentación) del plan de negocios	Distribución y promoción, El Precio, El mercado y los consumidores, El producto, Empredimiento	EXAMEN FINAL SINCRÓNICO	10	Semana: 19-20 (19-07-2021 al 25-07-2021)
Trabajos prácticos - productos	Plan de negocios	Distribución y promoción, El Precio, El mercado y los consumidores, El producto, Empredimiento	SUPLETORIO ASINCRÓNICO	10	Semana: 19-20 (19-07-2021 al 25-07-2021)
Trabajos prácticos - productos	Presentación (sustentación) del plan de negocios	Distribución y promoción, El Precio, El mercado y los consumidores, El producto, Empredimiento	SUPLETORIO SINCRÓNICO	10	Semana: 19-20 (19-07-2021 al 25-07-2021)

Metodología

La situación de pandemia por la que atravesamos nos motiva a reflexionar una nueva forma en la que se realizarán las actividades. Al ser la clase virtual con asistencia presencial vía zoom, se considerará lo siguiente:

- 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 emprendimiento: i) La investigación de mercado; ii) La identificación de oportunidades; iii) La motivación de emprender; iv) la evaluación financiera; v) el desarrollo de propios productos considerando prototipos; vi) el testaje; vii) la producción. Se utilizarán, como base, las metodologías Lean Startup y Design Thinking para diseñar emprendimientos de base tecnológica. Se realizarán estudios de casos tanto en libros como videos. El trabajo final consiste en una propuesta de negocio. Se seleccionará el mejor trabajo para que forme parte de la rueda de negocios de la Facultad. Las pruebas serán realizadas en el campus virtual. Los ensayos de las experiencias adquiridas son fundamentales. Es por ello que se propone realizar un ensayo sobre emprendimiento para esta asignatura.

Criterios de Evaluación

Para el Aporte a la asistencia:

- Los estudiantes deberán ingresar a la sesión hasta máximo 10 minutos luego de la hora establecida para el inicio de clase. Además, deberán mantener encendidas las cámaras de video durante todo el tiempo que dure la sesión síncrona. La calificación será considerada en base al reglamento de la Facultad.

Para el aporte al cumplimiento:

- Se aplicará lo establecido en el reglamento de la Facultad.

- Se considerará el cumplimiento de las actividades previstas en el campus virtual. No se receptorán actividades o tareas extratemporáneas.

Aporte al desempeño:

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. • 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. • 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. El mejor trabajo pasará a formar parte de la rueda de negocios organizada por la Facultad de Ciencias de la Administración. Los expositores deberán incluir 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
PHILIP KOTLER ; KEVIN LANE KELLER	Pearson	DIRECCIÓN DE MARKETING	2012	978-6-07-321245-8
BARBARA HATELEY	Norma	PAVO REAL EN EL REINO DE LOS PINGUINOS : FÁBULA SOBRE LOS RIESGOS Y POSIBILIDADES DE SER	2008	978-958-450-705-1

Autor	Editorial	Título	Año	ISBN
		DIFERENTE E		
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

Autor	Editorial	Título	Año	ISBN
Alexander Osterwalder Yves Pigneur		Generacion de modelos de negocios	2011	
Brant Cooper, Patrick Vlaskovits	Universidad Internacional de La Rioja (UNIR Editorial), 2014	El Emprendedor Lean: Cómo los visionarios crean nuevos productos, desarrollan proyectos innovadores y transforman los mercados	2014	8416125007, 9788416125005

Web

Software

Docente

Director/Junta

Fecha aprobación: **08/03/2021**

Estado: **Aprobado**