



## FORMATO PARA REGISTRO DE NUEVAS ASIGNATURAS DE PROGRAMAS DE LICENCIATURA

COPLE/Subdirección de Servicios Escolares

**NOTA:** Antes de llenar este formato es necesario leer el documento *Guía para elaborar programas de las asignaturas de los planes de estudios de licenciatura*, (COPLE, 5 de noviembre, 2012).

### PARTE I: ADSCRIPCIÓN Y GESTIÓN ACADÉMICA DE LA ASIGNATURA

<b>INSTANCIA DE ADSCRIPCIÓN</b>	EAM					
<b>UAB DE ADSCRIPCIÓN</b>	Innovación y Emprendimiento (IE)					
<b>COORDINADOR DE UAB</b>	María del Pilar López González					
<b>COORDINADOR DOCENTE</b>	María del Pilar López González					
<b>PLANES DE ESTUDIO PARA LOS QUE SE OFRECE</b>	Obligatoria para todos los programas académicos a nivel licenciatura					
<b>ÁREA</b> Marcar con una x la opción que corresponda en el espacio en blanco a la derecha de cada categoría	SP		CU	X	AC	
<b>EJE</b> Registrar el nombre del eje del área de saberes profesionales al que está integrada la asignatura	Currículum Universitario					
<b>CICLO</b> Indicar el ciclo propuesto en la Ruta Curricular sugerida	1° – 5°					
<b>MODALIDAD</b> Marcar con una x la opción que corresponda en el espacio en blanco a la derecha de cada categoría.	Escolarizada		Mixta	X	No escolarizada	

### PARTE II: ATRIBUTOS BÁSICOS DE LA ASIGNATURA

<b>NOMBRE DE ASIGNATURA</b>	Innovación y emprendimiento					
<b>CRÉDITOS TOTALES</b>	8	<b>Horas BCD</b>	64	<b>Horas TIE</b>	64	
<b>CLAVE DE LA ASIGNATURA</b>	ITE2154					
<b>NÚMERO DE ESTUDIANTES POR GRUPO</b>	25					
<b>ASIGNATURA(S) CON LA(S) QUE TIENE SERIACIÓN</b>						
<b>ASIGNATURA(S) EQUIVALENTE(S)</b>						

PRERREQUISITO(S)			
EVALUACIÓN EXTRAORDINARIA	SÍ		NO X

### PARTE III: ATRIBUTOS DE CONTENIDO DEL PROGRAMA DE LA ASIGNATURA

<p><b>DESCRIPCIÓN DE LA ASIGNATURA</b></p>	<p>Al terminar este curso el alumno será capaz de definir la constitución básica de un proyecto social o productivo de reciente creación, como paso previo a la formulación de un plan de negocio.</p> <p>Las competencias que busca desarrollar este curso son:</p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Propone soluciones creativas, centradas en la creación de valor, para resolver los problemas concretos o necesidades detectadas a partir de la observación y análisis del entorno.</li> <li>2. Identifica los factores claves del modelo de negocio, de una empresa u organización civil, que capture el valor del mercado y aumente el valor de los accionistas en un contexto empresarial o social.</li> <li>3. Valida la prueba de concepto en campo con usuarios finales o expertos en el tema.</li> <li>4. Comunicar de manera efectiva la oportunidad de negocio para despertar el interés de un inversionista.</li> </ol> <p>Esta asignatura se basa en la metodología <i>Lean Startup</i> que busca:</p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. El fomento del pensamiento disruptivo en la resolución de problemas que provoque el deseo de materializar la solución.</li> <li>2. La activación del interés por el emprendimiento como estilo de vida al egresar de la universidad.</li> <li>3. La visualización de tecnología, conocimientos básicos de dirección de empresas y capital de inversión.</li> </ol>
<p><b>OBJETIVO GENERAL</b></p>	<p>Al terminar este curso el alumno será capaz de presentar de manera eficiente y eficaz un modelo de negocio innovador, definiendo la estructura lógica en que el emprendedor comparte un proyecto que capture, genere y entregue valor en cualquier ámbito, tanto empresarial como organización de la sociedad civil.</p> <p>Desarrollar su primera prueba de concepto o prototipo y su validación ante el mercado ya sea ante usuarios finales o expertos en el tema propuesto.</p> <p>Al final de este curso el alumno conocerá una estructura lógica, crítica y convincente que le permitirá emprender proyectos de innovación de manera efectiva en cualquier ámbito profesional y contexto social.</p>
<p><b>TEMAS Y SUBTEMAS</b></p>	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Descubrir.       <ol style="list-style-type: none"> <li>a) Importancia del emprendimiento en el entorno económico y social</li> <li>b) Observación del entorno y búsqueda de oportunidades</li> <li>c) Definición del mercado y cliente final</li> <li>d) Análisis de la competencia</li> </ol> </li> <li>2. Imaginar.       <ol style="list-style-type: none"> <li>a) Apertura creativa</li> <li>b) Selección de ideas innovadoras</li> <li>c) Propuesta de valor</li> </ol> </li> <li>3. Evaluar.       <ol style="list-style-type: none"> <li>a) Modelo de negocio bajo la metodología <i>Lean Startup</i></li> <li>b) Patrones en los modelos de negocio</li> </ol> </li> </ol>

	<p>4. Iterar y pivotear el prototipo.</p> <p>a) Importancia y herramientas</p> <p>b) Iteración</p> <p>c) Pivoteo</p> <p>5. Conectar.</p> <p>a) Presentaciones efectivas</p> <p>b) Concepto de proyecto o negocio</p>			
<p><b>ACTIVIDADES DE APRENDIZAJE</b> En la columna correspondiente a cada actividad seleccionar las que sí aplican.</p> <p><b>TIPOS DE ESPACIO</b> Pueden ser: Auditorio, Salón, Laboratorio, Taller, Virtual, Sala de cómputo, Deportes, otros.</p>	<b>TIPO</b>	<b>ACTIVIDAD</b>	<b>SÍ/NO</b>	<b>TIPO DE ESPACIO</b>
	<b>BCD1</b>	Asesoría, seguimiento y evaluación del proceso y los resultados del aprendizaje	Sí	Salón
	<b>BCD2</b>	Ejercicios y prácticas supervisadas para el desarrollo de destrezas y habilidades específicas	Sí	Salón
	<b>BCD3</b>	Participación en seminarios y/o sesiones grupales de análisis y discusión	Sí	Auditorio
	<b>BCD4</b>	Presentación de productos y/o resultados del trabajo individual o en equipo	Sí	Auditorio
	<b>BCD5</b>	Realización supervisada de prácticas de laboratorio, experimentos y actividades de diseño y elaboración de productos	Sí	Otros
	<b>BCD6</b>	Recepción y procesamiento del discurso didáctico del profesor en sesiones de clase (incluye sesiones demostrativas).	Sí	Salón
	<b>BCD7</b>	Visitas supervisadas a despachos, instalaciones industriales, compañías, empresas y obra pública o privada.	No	
	<b>TIE1</b>	Análisis de productos comunicacionales, estéticos o culturales	No	
	<b>TIE2</b>	Búsqueda, procesamiento y análisis de información de fuentes documentales	Sí	Otros
	<b>TIE3</b>	Búsqueda, procesamiento y análisis de información empírica (trabajo de campo)	Sí	Otros
	<b>TIE4</b>	Consultoría o asesoría externa: diagnóstico de problemas o necesidades, elaboración de planes y proyectos, seguimiento y evaluación de actividades	No	
	<b>TIE5</b>	Ejercicios y prácticas para el desarrollo de destrezas y habilidades específicas	Sí	Otros
	<b>TIE6</b>	Elaboración de monografías, ensayos o síntesis conceptuales sobre temas específicos	Sí	Otros
	<b>TIE7</b>	Elaboración de resúmenes, reseñas o informes de lectura	Sí	Otros
	<b>TIE8</b>	Elaboración y presentación de informes de investigación documental y empírica	Sí	Otros
	<b>TIE9</b>	Participación en grupos virtuales de trabajo y discusión mediante el uso de tecnologías de información	No	
	<b>TIEA</b>	Prácticas profesionales en organismos privados, públicos o sociales	No	
	<b>TIEB</b>	Realización de prácticas de laboratorio, experimentos y actividades de diseño y elaboración de productos	No	
	<b>TIEC</b>	Solución de casos y/o problemas propuestos por el profesor	Sí	Otros
	<b>TIED</b>	Asistencia a foros, congresos, simposios, conferencias o seminarios.	No	
<b>TIEE</b>	Intervención profesional: acciones directas para atender o resolver problemas y necesidades concretas de organismos y/o comunidades	No		
<b>CRITERIOS Y PROCEDIMIENTOS DE EVALUACIÓN Y ACREDITACIÓN (DEBERÁN INCLUIR %)</b>	Ejercicios, tareas, casos, etc.		20%	
	Inmersión al desarrollo del modelo de negocio			
	o Propuesta de modelo de negocio		15%	
	o Desarrollo del concepto de proyecto.		25%	
	Prototipo pivotado		25%	
	Reflexión final del curso		15%	

**REFERENCIAS DOCUMENTALES:**  
 Los primeros 3 títulos son referencias básicas. Los siguientes títulos son referencias complementarias. Revisar recomendaciones en documento: "Provisión de bibliografía para planes de estudio", Biblioteca ITESO, octubre de 2012.

REFERENCIAS BÁSICAS	
<b>TIPO</b>	Libro
<b>TÍTULO</b>	<i>Lean Startup, The: How Today's Entrepreneurs Use Continuous Innovation to Create Radically Successful Businesses</i>
<b>AUTOR</b>	Ries, Eric.
<b>EDITORIAL</b>	Random House Inc.
<b>AÑO</b>	2011
<b>EDICIÓN</b>	
<b>TIPO</b>	Libro
<b>TÍTULO</b>	<i>Business Model Innovation Factory, The: How to Stay Relevant When the World is Changing</i>
<b>AUTOR</b>	Kaplan, Saul.
<b>EDITORIAL</b>	John Wiley & Sons, Inc.
<b>AÑO</b>	2012
<b>EDICIÓN</b>	
<b>TIPO</b>	Libro
<b>TÍTULO</b>	<i>Seizing the White Space: Business Model Innovation for Growth and Renewal</i>
<b>AUTOR</b>	Johnson, Mark W.
<b>EDITORIAL</b>	Harvard Business Press
<b>AÑO</b>	2010
<b>EDICIÓN</b>	
REFERENCIAS COMPLEMENTARIAS	
<b>TIPO</b>	Libro
<b>TÍTULO</b>	<i>Business Model Generation</i>
<b>AUTOR</b>	Osterwalder, Alexander; Pigneur, Yves.
<b>EDITORIAL</b>	John Wiley & Sons
<b>AÑO</b>	2010
<b>EDICIÓN</b>	
<b>TIPO</b>	Libro
<b>TÍTULO</b>	<i>Entrepreneurship: Ideas in Action</i>
<b>AUTOR</b>	Greene, Cynthia L.
<b>EDITORIAL</b>	South-Western Cengage Learning
<b>AÑO</b>	2012
<b>EDICIÓN</b>	

	<b>TIPO</b>	
	<b>TÍTULO</b>	
	<b>AUTOR</b>	
	<b>EDITORIAL</b>	
	<b>AÑO</b>	
	<b>EDICIÓN</b>	