

PROGRAMA INNOVACIÓN Y EMPRENDIMIENTO
1. DATOS GENERALES

Nombre del curso:	Innovación y Emprendimiento		
Código del curso:	Por definir	Clasificación Asignatura:	TA-1
Número de Unidades Crédito:	2	Horas de acompañamiento docente (Teoría):	1
Coordinación Académica:	Centro de Innovación y Emprendimiento	Horas de acompañamiento docente (Práctica):	1
Escuela:	N/A	Horas de acompañamiento docente (Laboratorio):	N/A
Facultad	N/A	Horas de Preparaduría:	N/A
Tipo de Evaluación:	Evaluación Continua con reparación	Horas de trabajo independiente recomendado al estudiante:	6
Modalidad :	Presencial/Virtual (P/V)	Pre-requisitos:	N/A
Tipo de Asignatura:	Obligatoria	Régimen de Estudios:	Semestral
Ubicación de la asignatura:	Variables	Fecha de Aprobación Consejo Académico:	26/11/2019

Fecha de aprobación por el Consejo Universitario: 27 de noviembre de 2019

Reformado: 28 de enero de 2020

2. JUSTIFICACIÓN

La unidad curricular nace de la necesidad de la UCAB de fomentar la cultura de la innovación y el emprendimiento con la finalidad de atender las necesidades de búsqueda, exploración, aplicación y seguimientos de ideas presentes en la comunidad de pregrado. La instauración de esta cátedra permite al estudiante la consolidación de proyectos vinculados a su propósito, intereses y vocación con la visión de aplica su área de conocimiento de forma innovadora, y generando propuestas o soluciones orientadas al desarrollo de la sociedad desde su influencia en comunidades aledañas a su acción. Asimismo, la innovación y el emprendimiento como eje de formación en pregrado, permite la adaptabilidad y el posicionamiento de nuestros egresados al entorno global y demandante, vinculándose de forma estratégica y armoniosa con las oportunidades de escalabilidad en distintos nichos de negocio. Por ende, permite a los estudiantes enfocarse en la realización y consecución de proyectos, generando aprendizaje significativo y aumentando el nivel de motivación con el cual abordan las distintas unidades temáticas.

3. CONTRIBUCIÓN DE LA ASIGNATURA AL DESARROLLO DE LAS COMPETENCIAS

Competencia General 4 (CG4): Aprende a interactuar en el contexto global.

Unidad de Competencia 1 (CG4-U1): Se desempeña eficazmente en contextos internacionales.	Criterios de desempeño: <ol style="list-style-type: none"> Describe la realidad internacional actual. Valora la diversidad cultural en escenarios globales. Se integra a los distintos contextos internacionales. Participa en grupos multiculturales cooperativamente bajo la modalidad presencial o virtual.
Unidad de Competencia 2 (CG4-U2): Maneja adecuadamente las tecnologías de	Criterios de desempeño: <ol style="list-style-type: none"> Emplea recursos de internet como herramienta comunicacional.

información y comunicación.	<ol style="list-style-type: none"> 2. Gestiona adecuadamente los programas y aplicaciones de uso frecuente. 3. Valida la información que consulta en internet. 4. Se actualiza permanentemente en las tecnologías de información y comunicación, y en las medidas de seguridad y protección de estos sistemas. 5. Interactúa en grupos de trabajo empleando las tecnologías de información y comunicación.
Competencias General 2 (CG2): Aprender a trabajar con el otro	
Unidad de Competencia 1 (CG2–U1): Toma decisiones efectivas para resolver problemas.	Criterios de desempeño: <ol style="list-style-type: none"> 1. Identifica el problema. 2. Analiza el problema. 3. Plantea alternativas de solución. 4. Ejecuta la opción que considera más adecuada para la solución del problema.
Unidad de Competencia 2 (CG2–U2): Actúa creativamente ante diversas situaciones.	Criterios de desempeño: <ol style="list-style-type: none"> 1. Identifica, personal o colectivamente, situaciones que requieren soluciones creativas. 2. Propone opciones novedosas de solución. 3. Analiza críticamente las opciones propuestas. 4. Evalúa, individual o colectivamente, la solución aplicada en términos de novedad, valor y eficacia.
Competencia Profesional 1 (CP1): Desarrolla iniciativas de emprendimiento	
Unidad de Competencia 1 (CP1–U1): Identifica necesidades del entorno y las convierte en oportunidades de negocios o emprendimiento sociales, traducidos en modelos de negocios sostenibles.	Criterios de desempeño: <ol style="list-style-type: none"> 1. Genera ideas con potencialidad de transformarse en modelos de negocio sostenibles. 2. Simula, prototipa e itera ideas bajo el proceso clave para emprender. 3. Identifica las etapas del proceso emprendedor. 4. Aplica los conceptos de innovación en las diferentes oportunidades de negocio. 5. Diferencia los conceptos de emprendimiento e innovación. 6. Diseña y estructura un plan de negocios y las opciones para la búsqueda de financiamiento. 7. Aplica herramientas de emprendimiento e innovación. 8. Aplica los conceptos teóricos en las actividades prácticas.
4. UNIDADES TEMÁTICAS	
<p style="text-align: center;">UNIDAD I El perfil del emprendedor</p>	<ul style="list-style-type: none"> • El Yo en el emprendimiento. • Procesos de diagnóstico y reconocimiento personal. • Análisis de competencias emprendedoras. • Diseño y desarrollo de un propósito y plan de vida. • Ética en el emprendimiento.

<p style="text-align: center;">UNIDAD II Conceptos clave de emprendimiento</p>	<ul style="list-style-type: none"> • ¿Qué es emprendimiento? <ul style="list-style-type: none"> ○ Tipos de emprendimiento. ○ Mitos y fantasías alrededor del emprendimiento. • ¿Qué es lean canvas? <ul style="list-style-type: none"> ○ Roles dentro de un emprendimiento. • ¿Qué es Scaling Up? • ¿Qué es un modelo de negocios? • Tipos de modelo de negocio.
<p style="text-align: center;">UNIDAD III Innovación</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Creatividad VS innovación. <ul style="list-style-type: none"> ○ Metodologías para la innovación. ○ Ideación y prototipo. • ¿Qué es un producto mínimo viable? • Productos VS servicios. • Procesos de innovación y perfeccionamiento del MVP: matrices de mejora. • Definición de la propuesta de valor. <ul style="list-style-type: none"> ○ Definición de alcances y aproximaciones de la propuesta de valor. • <i>Branding, naming</i> y <i>meaning</i> de la propuesta. • Diseño del modelo de negocio.
<p style="text-align: center;">UNIDAD IV Análisis de la idea y su entorno</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Sostenibilidad VS Sustentabilidad. • Análisis de tendencias vinculadas al desarrollo del negocio. • Identificación de riesgos y oportunidades en la empresa y actividad de negocio por el entorno.
<p style="text-align: center;">UNIDAD V Segmentación de mercados de la idea y creación de un mínimo producto viable</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Análisis del mercado y la competencia. <ul style="list-style-type: none"> ○ Selección del mercado objetivo. ○ Segmentación de canales y clientes. ○ Selección del segmento objetivo. • Posicionamiento en relación a los competidores. • Definición de estrategia de mercadeo: características del producto, fijación de precios, canales de distribución, promoción, publicidad y comunicación con el cliente. • Diseño y desarrollo de instrumentos para la validación de la propuesta. <ul style="list-style-type: none"> ○ Validación de la propuesta de valor con el segmento seleccionado y los canales elegidos. ○ Análisis de las necesidades y problemas del consumidor, canal y cliente. • Aliados y capital relacional.
<p style="text-align: center;">UNIDAD VI Estructura legal</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Tipos de registros jurídicos. • Derechos y deberes legales y fiscales de la persona jurídica en la sociedad civil. • Actas, libros y procesos claves para la constitución y el mantenimiento de la empresa. • Propiedad intelectual, su importancia y uso.

UNIDAD VII
Estructura financiera

- Definición de estructura de costos y gastos.
- Flujo de caja.
- Elementos para el análisis de proyectos de inversión.
- Opciones de financiamiento.

5. ESTRATEGIAS DE ENSEÑANZA Y APRENDIZAJE

A continuación se presentan estrategias generales sugeridas. El profesor de la cátedra puede proponer y desarrollar diferentes estrategias en el aula siempre en procura al desarrollo de las competencias relacionadas con esta materia.

Estas estrategias van sujetas al número de alumnos por cursos y otros factores que puedan incidir en su efectividad, además estarán en permanente revisión y actualización según los requerimientos de la cátedra y el éxito de las mismas.

- **Exposición del profesor:** explicación oral de conceptos, teorías o principios relacionados con un tema.
- **Recursos tecnológicos:** kits didácticos acompañados por presentaciones y recursos digitales con la finalidad de ejemplificar, aplicar y aumentar el entendimiento de las temáticas mediante el uso de dispositivos móviles y plataformas e-learning.
- **Herramientas para la síntesis de aprendizajes:** matrices y frameworks que permitan la diagramación de aprendizajes por parte del estudiante, y al profesor evaluar de manera progresiva los avances.
- **Aprendizaje mediante proyecto (AMP):** metodología didáctica para la enseñanza de contenidos práctico experienciales que permite la aplicación de herramientas de forma progresiva para la consolidación de proyectos viables.
- **Consultas en fuentes digitales:** búsqueda de información sobre algún tema desarrollado en clave, con la intención de reforzar lo visto, estableciendo ciertos parámetros del profesor.
- **Lean Start Up:** metodología para la consolidación, testeo, medición y aplicación de ideas de negocio desde la interacción de elementos específicos de la cultura, la gente, los procesos y el mercado.

6. ESTRATEGIAS DE EVALUACIÓN

- **Evaluación diagnóstica:** evaluación de contenidos teóricos. Conceptos clave y su aplicación en un modelo de negocio. Quiz, estudio de caso.
- **Evaluación formativa:** evaluación de contenidos teórico-prácticos. Áreas clave del negocio, análisis operativos y diseño de propuestas de valor. Workshops y desarrollo de proyectos de negocio.
- **Evaluación sumativa:** evaluación de la aplicabilidad de contenidos en un producto específico. Implementación de análisis y herramientas para la creación de proyectos. Pitch y feedback de un jurado especialista.

7. BIBLIOGRAFÍA RECOMENDADA

Textos principales:

- J.E Duarte. Emprendedor: Hacia un emprendimiento sostenible. Alfaomega. 2da Edición. 2014
- R. Vainrub. Convertir sueños en realidades. Ediciones IESA. 6ta Edición. 2015.
- Oppenheimer. ¡Crear o morir! La esperanza de América Latina y las cinco claves de la innovación. Debate. 1era Edición 2014.
- Osterwalder, A & Pigneur, Y. Business model generation. John Wiley & Sons, Inc. 1era edición. 2010
- M Sansó. The Value Trial: How to effectively Understand, deploy and monitor. Successful Business Model. 1 era Edición. 2015.
- J. Rifkin. La sociedad del coste marginal cero. Paidós. 1 era Edición. 2014.
- E. Ries. The lean startups. Crown Business. 1era Edición. 2014.
- C. Jiménez. Análisis de la competencia. Ediciones IESA. Primera edición 2010.