

PRONTUARIO

TÍTULO:	Proyecto de emprendimiento: fase de desarrollo I
CODIFICACIÓN:	EMP 311
PRERREQUISITO:	EMP 213
CRÉDITOS:	3 créditos 45 horas contacto 1 término

DESCRIPCIÓN

Se propicia que el estudiante conozca las herramientas necesarias para diseñar su proyecto de emprendimiento. Durante esta etapa, se analiza el entorno de la idea, se diseña el modelo lógico de su iniciativa e identifican los recursos necesarios para su ejecución, incluyendo aspectos financieros, de comunicación, protección y operaciones legales sobre la gestión. También se identifican las mejores estrategias para comunicar su emprendimiento a potenciales beneficiarios y colaboradores, así como para protegerlo. Este curso está vinculado a la unidad de Educación General y el Centro de Innovación Colaborativa-Neeuko.

JUSTIFICACIÓN

Un componente clave del proceso de emprendimiento consiste en la planificación y desarrollo de las iniciativas. Muchos emprendedores enfrentan grandes limitaciones al no poder identificar los recursos necesarios para la ejecución o no diseñar las estrategias que faciliten la implantación de los proyectos. Esto, por lo general, incluye el acceso a recursos económicos, humanos, técnicos y promocionales. Una de las características claves del emprendedor consiste en liderar estos procesos organizacionales para allegar estos recursos.

COMPETENCIAS

El curso desarrolla en el o la estudiante las siguientes competencias:

- **Emprendimiento e innovación**
- **Sentido ético y justicia social**
- **Investigación y exploración**

OBJETIVOS

Al finalizar el curso, el o la estudiante será capaz de:

1. Identificar los fundamentos organizativos y prácticos del diseño de un proyecto

de emprendimiento.

2. Analizar estratégicamente los factores externos que puedan afectar el proyecto de emprendimiento a corto y largo plazo.
3. Desarrollar propuestas de valor que atiendan y potencialicen los principales objetivos de la idea de emprendimiento.
4. Utilizar herramientas de modelamiento que faciliten el desarrollo de un proyecto o plan de emprendimiento con todos sus componentes.
5. Aplicar las técnicas y herramientas necesarias para realizar una presentación efectiva que permita obtener recursos para un proyecto de emprendimiento.
6. Analizar diferentes estrategias de protección de propiedad intelectual.

CONTENIDO

- I. Proyecto de emprendimiento
 - A. Definición
 - B. Tipos de Proyecto
 - C. Definición de objetivos de proyecto de emprendimiento
 - D. Definición de valores
 - E. Impacto de un proyecto de emprendimiento
 - F. Herramientas de modelamiento de proyectos de emprendimiento
- II. Análisis PEST/PESTEL del entorno del proyecto de emprendimiento
 - A. Definición de entorno (análisis PEST/PESTEL)
 - B. Ventajas
 - C. Diferencias con el análisis FODA
 - D. Factores políticos
 - E. Factores Económicos
 - F. Factores sociales y económicos
 - G. Factores ecológicos
 - H. Factores legales
- III. Análisis de Stakeholders y propuesta de valor
 - A. Definición y categorías de beneficiarios/clientes/ stakeholders/ audiencia
 - B. Propuesta de valor: Definición, características
 - C. Definición de Coopetidores y competidores
- IV. Canales y relaciones con beneficiarios/ stakeholders/audiencia/ clientes
 - A. Definición de canales
 - B. Definición de relaciones con beneficiarios/ stakeholders/audiencia/clientes

- V. Fuentes de Sostenibilidad
 - A. Definición
 - B. Tipos
- VI. Estructura de costos e ingresos
 - A. Definición de costos
 - B. Financiamiento
 - C. Fuentes de ingreso
- VII. Actividades, recursos y socios clave
 - A. Actividades clave
 - B. Recursos clave
 - C. Socios clave
- VIII. Mercadeo y Comunicación Estratégica
 - A. Principios
 - B. Adaptación a proyectos de emprendimiento
 - C. Desarrollo de estrategias
 - D. Branding y Gestión de Marcas para Emprendedores
- IX. Propiedad Intelectual
 - A. Patentes
 - B. Marcas
 - C. Derechos de autor
- X. Presentación de Ideas de Emprendimiento (*El pitch*)
 - A. Objetivo
 - B. Consideraciones
 - C. Estrategias
 - D. Estructura

METODOLOGÍA

Se recomiendan las siguientes estrategias de la metodología de aprendizaje activo:

- Ideación-Validación, Desarrollo- Ejecución/ Aplicación - **IVDE**
- *Design Thinking* - **DT**
- *Aprendizaje basado en proyectos* - **ABP**
- *Proyectos de emprendimiento* - **CANVAS**

EVALUACIÓN

Participación/ Asistencia	20%
Trabajos parciales: tareas	50%
Proyecto o examen final	<u>30%</u>
Total	100%

AVALÚO DEL APRENDIZAJE

Se aplica la rúbrica de avalúo institucional a la actividad central del curso.

BIBLIOGRAFÍA

Allen, K. R. (2006). Launching new ventures: An entrepreneurial approach (4th ed.).

Boston: Houghton Mifflin.

Aulet, B. (2017). Disciplined Entrepreneurship Workbook. Hoboken. NJ: John Wiley &

Sons.

Carranza, A. 21 de febrero de 2022. Los tipos de emprendimiento que te harán escalar

a pasos agigantados. Recuperado

de <https://www.crehana.com/blog/negocios/tipos-de-emprendimiento/>

Fitterman. C. (2017). Introduction to the Music Industry: An Entrepreneurial Approach,

Second Edition 2nd Edition. Rouldege.

Gundry, L. K., & Kickul, J. R. (2007). *Entrepreneurship strategy: Changing patterns in*

new venture creation, growth, and reinvention. Thousand Oaks, Calif. Sage

Publications.

Hernández-Acosta, J. (2016). *Emprendimiento Creativo*. San Juan, PR: Inversión

Cultural.

Marcolongo. M. (2017). Academic Entrepreneurship: How to Bring Your Scientific

Discovery to a Successful Commercial Product. Wiley.

Osterwalder, Alexander, et al. Value Proposition Design: How to Create Products and

Services Customers Want, John Wiley & Sons, Incorporated, 2014.

Pigneur Y. Osterwalder A. Business model generation: a handbook for visionaries, game changers, and challengers. Hoboken, NJ : John Wiley & Sons, 2010.

RECURSOS ELECTRÓNICOS

Academic Toolkit. Understand Research, Write Your Thesis, Publish Papers. The research Design Canvas. Recuperado de
<https://www.academic-toolkit.com/the-research-design-canvas/>

Albarran, A. B. (Ed.). (2013). The social media industries. Taylor & Francis Group.
Recuperado de
<https://ebookcentral.proquest.com/lib/sagrado-ebooks/reader.action?docID=1143700&ppg=8>

Alexander I. Poltorak, & Paul J. Lerner. (2002). Essentials of Intellectual Property. Wiley.
https://search.ebscohost.com/login.aspx?direct=true&AuthType=sso&db=nlebk&AN=74180&lang=es&site=ehost-live&authtype=shib&custid=s5316525&ebv=EB&ppid=pp_Cover

Cremades, A. (2016). The art of startup fundraising : Pitching investors, negotiating the deal, and everything else entrepreneurs need to know. John Wiley & Sons, Incorporated. Recuperado de
<https://ebookcentral.proquest.com/lib/sagrado-ebooks/detail.action?docID=4501338>

Jewell. C. Del guión a la pantalla: El papel de la propiedad intelectual. Organización Mundial de Propiedad Intelectual. Recuperado de
https://www.wipo.int/pressroom/es/stories/ip_and_film.html

Latham J. (2016). The Research Canvas. A Framework for Designing & Aligning

- The “DNA” of Your Research Study. Recuperado de
https://www.drjohnlatham.com/wp-content/uploads/2021/03/The_Research_Canvas_3-1-1.pdf
- “Ley de Derechos Morales de Autor de Puerto Rico”. Ley Núm. 55 de 9 de Marzo de 2012. Recuperado de
<https://bvirtualogp.pr.gov/ogp/Bvirtual/leyesreferencia/PDF/Propiedad%20Intelectual/55-2012.pdf>
- Linares, R. & Linares, R. (2014). ¡Echa el anzuelo!: estrategias de pitch para jornadas audiovisuales y proyectos transmedia.. Editorial UOC.
<https://elibro.net/es/lc/sagrado/titulos/57657>
- Marich, R. (2013). Marketing to moviegoers : A handbook of strategies and tactics, third edition. Southern Illinois University Press. Recuperado de
<https://ebookcentral.proquest.com/lib/sagrado-ebooks/reader.action?docID=1354521&ppg=6>
- Melnyk, B. M. P. A. F., & Raderstorf, T. D. R. (Eds.). (2019). Evidence-based leadership, innovation and entrepreneurship in nursing and healthcare: A practical guide to success. Springer Publishing Company. Recuperado de
<https://ebookcentral.proquest.com/lib/sagrado-ebooks/reader.action?docID=5970676&ppg=8>
- Moreno Castro, T. F. (2016). Emprendimiento y plan de negocio. RIL editores.
<https://elibro.net/es/lc/sagrado/titulos/67489>
- Osterwalder, A., & Pigneur, Y. (2010). Business model generation. John Wiley & Sons.
- A new Social Business Model Canvas online. Recuperado de
<https://socialbusinessmodelcanvas.swarthmore.edu/>

Paz, H. R. & Rodolfo Paz, H. (2008). Canales de distribución: gestión comercial y logística (3a. ed.). Ugerman Editor. Recuperado de <https://elibro.net/es/ereader/sagrado/76765?page=35>

Salcedo Camacho, P. D. (2021). Programa emprendedor. Universidad Privada del Valle. <https://elibro.net/es/lc/sagrado/titulos/191127>

Schnarch Kirberg, A. (2016). El marketing como estrategia de emprendimiento. Ediciones de la U. Recuperado de <https://elibro.net/es/lc/sagrado/titulos/93368>

Schnarch Kirberg, A. (2019). Marketing para emprender. Ediciones de la U. Recuperado de <https://elibro.net/es/lc/sagrado/titulos/127104>

The new Social Business Model Canvas. Recuperado de <https://socialbusinessmodelcanvas.swarthmore.edu/>

United States Census Bureau. Recuperado de <https://data.census.gov/cedsci/advanced>

Wherry, T. L. (2002). The Librarian's Guide to Intellectual Property in the Digital Age : Copyrights, Patents, and Trademarks. ALA Editions of the American Library Association. Recuperado de https://search.ebscohost.com/login.aspx?direct=true&AuthType=sso&db=nlebk&AN=87499&lang=es&site=ehost-live&authtype=shib&custid=s5316525&ebv=EB&ppid=pp_iv

Puede encontrar más recursos de información relacionados a los temas del curso en la página de la biblioteca <http://biblioteca.sagrado.edu/>

ACOMODO RAZONABLE

Para obtener información detallada del proceso y la documentación requerida, debe visitar la oficina correspondiente. Para garantizar igualdad de condiciones, en cumplimiento de la Ley ADA (1990) y el Acta de Rehabilitación (1973), según enmendada,

todo estudiante que necesite servicios de acomodo razonable o asistencia especial deberá completar el proceso establecido por la Vicepresidencia de Asuntos Académicos.

INTEGRIDAD ACADÉMICA

Esta política aplica a todo estudiante matriculado en la Universidad del Sagrado Corazón para tomar cursos con o sin crédito académico. Una falta de integridad académica es todo acto u omisión que no demuestre la honestidad, transparencia y responsabilidad que debe caracterizar toda actividad académica. Todo estudiante que falte a la política de honradez, fraude y plagio se expone a las siguientes sanciones: recibirá nota de cero en la evaluación y/o repetición del trabajo en el seminario, nota de F(*) en el seminario: suspensión o expulsión según se establece en el documento de Política de Integridad Académica con fecha de efectividad de noviembre 2022.

Derechos Reservados | Sagrado | junio, 2023