

UNIVERSIDAD AUTÓNOMA DE BAJA CALIFORNIA

COORDINACIÓN GENERAL DE FORMACIÓN PROFESIONAL

PROGRAMA DE UNIDAD DE APRENDIZAJE

I. DATOS DE IDENTIFICACIÓN

- 1. Unidad Académica:** Facultad de Ciencias Administrativas y Sociales, Ensenada; Facultad de Ciencias Administrativas, Mexicali; Facultad de Contaduría y Administración, Tijuana; Facultad de Ingeniería y Negocios, San Quintín; Facultad de Ciencias de la Ingeniería, Administrativas y Sociales, Tecate; Facultad de Turismo y Mercadotecnia, Tijuana; y Facultad de Ingeniería y Negocios, Guadalupe Victoria.
- 2. Programa Educativo:** Licenciado en Contaduría, Licenciado en Administración de Empresas, Licenciado en Mercadotecnia, Licenciado en Gestión Turística, Licenciado en Negocios Internacionales, y Licenciado en Inteligencia de Negocios.
- 3. Plan de Estudios:** 2021-2
- 4. Nombre de la Unidad de Aprendizaje:** Desarrollo de Emprendedores
- 5. Clave:** 39013
- 6. HC:** 01 **HT:** 04 **HL:** 00 **HPC:** 00 **HCL:** 00 **HE:** 01 **CR:** 06
- 7. Etapa de Formación a la que Pertenece:** Terminal
- 8. Carácter de la Unidad de Aprendizaje:** Obligatoria
- 9. Requisitos para Cursar la Unidad de Aprendizaje:** Ninguno



Equipo de diseño de PUA

Blanca Estela Córdova Quijada	Arturo Julián Arroyo Cossio
Mónica Claudia Casas Páez	Ramón Vega Buena
Flavio Abel Rivera Aguirre	Omar Leonardo Valladares Icedo
Lourdes Evelyn Apodaca del Ángel	Omaira Cecilia Martínez Moreno
Alberto Jabalera Oviedo	Edith Martín Galindo

Vo.Bo. de subdirectores de las Unidades Académicas

Jesús Antonio Padilla Sánchez	Adelaida Figueroa Villanueva
Esperanza Manrique Rojas	Ana Cecilia Bustamante Valenzuela
Angélica Reyes Mendoza	Edith Martín Galindo
Mayra Iveth García Sandoval	

Fecha: 29 de enero de 2021

II. PROPÓSITO DE LA UNIDAD DE APRENDIZAJE

Esta asignatura profundiza en el estudio del emprendimiento y de sus etapas iniciales, a través de la experimentación y validación de sus ideas. Esto le permite al estudiante desarrollar una mentalidad que le permitirá al alumno aplicar un conjunto de herramientas para descubrir o crear oportunidades de emprendimiento, organizar recursos y formar equipos impulsados por la creatividad y el liderazgo, abordar los aspectos normativos, legales y de marketing con una perspectiva de emprendimiento, impulsando siempre una visión de ética y responsabilidad social. Se imparte en la etapa terminal con carácter obligatorio para los programas educativos de la DES Contable-Administrativa.

III. COMPETENCIA GENERAL DE LA UNIDAD DE APRENDIZAJE

Desarrollar planes de negocio, mediante la identificación de ideas de negocios innovadoras y competitivas, para satisfacer necesidades, gustos y preferencias de un segmento de mercado objetivo, con disciplina, responsabilidad y ética profesional

IV. EVIDENCIA(S) DE APRENDIZAJE

Elabora el plan de negocio y el pitch, que contenga:

- a. Resumen ejecutivo
- b. Administrativo organizacional
- c. Mercado
- d. Producción o Servucción
- e. Responsabilidad Social
- f. Aspectos legales
- g. Finanzas
- h. Referencias bibliográficas

V. DESARROLLO POR UNIDADES
UNIDAD I. Principios de emprendimiento

Competencia:

Analizar los tipos de emprendimiento y sus componentes, a través de la comparación de su estructura y alcance, a fin de identificar oportunidades de emprendimiento, con visión holística y pensamiento crítico.

Contenido:

- 1.1. Activando la mentalidad emprendedora
- 1.2. Creatividad e innovación
- 1.3. Identificación de oportunidades, nuevos patrones de consumo y mercados emergentes
- 1.4. Tipos de emprendimiento
- 1.5. Principales componentes del emprendimiento
- 1.6. Estrategias para el desarrollo de oportunidades
- 1.7. Generación de ideas
- 1.8. De la oportunidad a la acción (elaboración del modelo CANVAS u otro)

Duración: 2 horas

UNIDAD II. Administrativo organizacional

Competencia:

Diseñar la planeación estratégica y estructura organizacional del proyecto, mediante el análisis de los recursos del proyecto de emprendimiento, para alinear y desplegar las estrategias con visión holística, proactividad y actitud analítica.

Duración: 2 horas

Contenido:

- 2.1. Antecedentes de la propuesta de negocio
- 2.2. Descripción de la propuesta de negocio
- 2.3. Nombre del proyecto y descripción de la empresa.
 - 2.3.1. Misión y visión
 - 2.3.2. Objetivos estratégicos
 - 2.3.3. Imagen corporativa
 - 2.3.4. Ventajas competitivas y análisis (FODA)
 - 2.3.5. Aspectos organizacionales (organigrama y descripción de funciones)

UNIDAD III. Mercado

Competencia:

Diseñar estrategias comerciales tomando en cuenta el análisis de mercado, que sirva como base para la estimación de la demanda, con eficiencia, objetividad y empatía.

Contenido:

- 3.1. Segmentación de mercado
- 3.2. Investigación de mercado
 - 3.2.1. Benchmarking
- 3.3. Estrategias de comercialización
 - 3.5.1. Mezcla de mercadotecnia (Marketing mix)
- 3.4. Estimación de la demanda

Duración: 6 horas

UNIDAD IV. Desarrollo de Áreas Específicas del Emprendimiento

Competencia:

Diseñar el proceso de creación de productos y servicios, a través de la observación de aspectos fiscales, propiedad intelectual y normativos, con el fin de potenciar el desarrollo de ideas innovadoras en un proyecto emprendedor, con responsabilidad social, rigor metodológico y honestidad.

Contenido:

- 4.1. Producción o Servucción
- 4.2. Responsabilidad social
- 4.3. Aspectos legales (fiscales, propiedad intelectual y normativos)
- 4.4. Finanzas
- 4.5. Pitch de ventas

Duración: 6 horas

VI. ESTRUCTURA DE LAS PRÁCTICAS DE TALLER

No.	Nombre de la Práctica	Procedimiento	Recursos de Apoyo	Duración
UNIDAD I				
1	Test del perfil emprendedor	<ol style="list-style-type: none"> 1. Atiende las indicaciones del docente para contestar el test del perfil del emprendedor. 2. Contesta el test del perfil del emprendedor. 3. De acuerdo a tus resultados realiza un ejercicio de reflexión en donde redactes aquellas áreas de oportunidad que requieres trabajar para desarrollar las habilidades emprendedoras. 	<ul style="list-style-type: none"> • Internet • Referencias • Computadora • test 	2 horas
2	Foro de expertos	<ol style="list-style-type: none"> 1. Atiende las indicaciones para participar en el foro de expertos. 2. Asiste a los foros de expertos y participa en la sesión de preguntas y respuestas. 3. Realiza una reflexión crítica respondiendo a las siguientes preguntas: ¿cuáles son las mejores prácticas que identificaste de cada expositor y su empresa? de acuerdo a los aciertos y errores de emprendimiento de los expositores ¿describe cuál sería uno de los errores que tú hubieras cometido si no hubieras escuchado estas experiencias? integra 	<ul style="list-style-type: none"> • Internet • Referencias • Computadora 	4 horas

		comentarios adicionales.		
3	Generación de ideas y reconocimiento de oportunidades	<ol style="list-style-type: none"> 1. Atiende las indicaciones para generar una idea. 2. Se organiza en equipos. 3. El docente selecciona y aplica diferentes técnicas para potenciar la generación de ideas, 4. Se detectan oportunidades de negocio y se describe su naturaleza a través de un modelo de filtración de ideas, por ejemplo: (el modelo IDEATE), benchmarking u otro, para identificar y seleccionar ideas con alto potencial de convertirse en oportunidades de emprendimiento. 5. Se presentan las propuestas de las mejores ideas. 6. Se selecciona el modelo de negocio adecuado a los recursos y habilidades del emprendedor 	<ul style="list-style-type: none"> • Internet • Referencias • Computadora • Proyector • Papel • Pluma • Lápiz • Revistas 	6 horas
UNIDAD II				
4	Definición estratégica del negocio	<ol style="list-style-type: none"> 1. Atiende las indicaciones del docente para la realización de la definición estratégica del negocio. 2. Por equipo diseña la misión, visión, y objetivos estratégicos del proyecto de negocio 3. Elaboran el análisis FODA y herramientas de apoyo para la elaboración de las estrategias 4. Diseña la estructura 	<ul style="list-style-type: none"> • Internet • Referencias • Computadora • Proyector • Software, otros de acuerdo al tipo de prototipo 	6 horas

		<p>organizacional ideal para el proyecto de negocio con la descripción de los puestos</p> <p>5. Entrega propuesta de definición estratégica al profesor</p> <p>6. Atiende observaciones y corrige.</p>		
5	Imagen corporativa	<ol style="list-style-type: none"> 1. Atiende las indicaciones del docente. 2. Diseño de la imagen corporativa: logo, eslogan y aplicaciones. 3. Registro de marca (IMPI). 4. Diseña filosofía y organigrama. 5. Presenta al docente para su revisión y retroalimentación. 6. Atiende observaciones y corrige. 	<ul style="list-style-type: none"> • Referencias bibliográficas • Software de diseño (plataformas de uso libre) 	6 horas
UNIDAD III				
6	Segmentación de mercado e investigación de mercado	<ol style="list-style-type: none"> 1. Atiende las instrucciones del profesor para determinar el segmento de mercado. 2. Investiga a través de las fuentes de datos secundarios (INEGI, COPLADE, CONAPO, NSE AMAI, Google, entre otros) la composición de los posibles segmentos de mercado que cumplan con los objetivos de la organización 3. Elabora el instrumento de recolección de datos para determinar las necesidades del segmento meta 	<ul style="list-style-type: none"> • Internet • Referencias • Computadora • Proyector • Software, otros de acuerdo al tipo de prototipo 	4 horas

		<ol style="list-style-type: none"> 4. Selección de la técnica de muestreo 5. Procesa y analiza los datos levantados sobre la muestra 6. Presenta reporte de investigación con los hallazgos más relevantes para la toma de decisiones. 7. Recibe retroalimentación y ajusta el reporte 		
7	Estrategias de comercialización	<ol style="list-style-type: none"> 1. Atiende las instrucciones del profesor para aplicar un benchmarking 2. Investiga a través de las fuentes primarias y secundarias las mejores prácticas de la competencia aplicando la técnica de Benchmarking, que sirva como base para la elaboración de estrategias comerciales 3. Diseña estrategias de comercialización y su mezcla, tomando en cuenta la información derivada del análisis de la organización (FODA), del mercado y de la competencia 4. Presenta reporte de investigación Benchmarking, la planeación de estrategias y su aplicación 5. Recibe retroalimentación y ajusta el reporte 		9 horas
8	Desarrollo de los Buyer Persona y cálculo de la demanda	<ol style="list-style-type: none"> 1. Atiende las instrucciones del profesor para la creación del perfil del consumidor y los buyer persona 	<ul style="list-style-type: none"> • Internet • Referencias • Computadora • Proyecto 	6 horas

		<ol style="list-style-type: none"> 2. Crear los perfiles del consumidor basado en la información generada 3. Genera los buyer persona para el proyecto utilizando las plantillas pertinentes para su presentación 4. Investiga en las fuentes de información como INEGI, COPLADE, CONAPO, NSE AMAI, Google, Facebook, entre otros, para determinar el número de clientes potenciales por perfil y por producto 5. Presenta en una tabla los perfiles de clientes, número de clientes potenciales, aplicando los porcentajes establecidos en la tabla de participación de mercado. 6. Entrega al docente el reporte de investigación de datos secundarios 		
UNIDAD IV				
9	Producción o Servucción	<ol style="list-style-type: none"> 1. Atiende las instrucciones del profesor para diseñar el proceso de producción y/o servucción 2. Diseña el proceso de producción y/o Journey Map del consumidor para productos y/o servicios considerando la responsabilidad social y los stakeholders del proyecto y la normatividad vigente para la industria que corresponda. 3. Elabora un diagrama de flujo de procesos de la elaboración 	<ul style="list-style-type: none"> • Ley federal de contribuyentes. • Normativa de registro y tributación arancelaria a nivel estatal y municipal. • Ley y normativa interna del IMPI • Internet • Referencias • Computadora • Proyector 	6 horas

		<p>de los productos o servicios.</p> <ol style="list-style-type: none"> 4. Pone a prueba el prototipo del producto o servicio a un grupo de clientes potenciales para recibir retroalimentación 5. Ajusta los procesos tomando en consideración las recomendaciones 6. Entrega la práctica al profesor y recibe retroalimentación 		
10	Plan financiero	<ol style="list-style-type: none"> 1. Atiende las indicaciones para realizar el plan financiero. 2. Selecciona y elabora los indicadores financieros básicos en el desarrollo de un emprendimiento, para dar un marco de referencia que sirva para el manejo adecuado de las finanzas y los recursos que se disponen. 3. Elabora y presenta estado financiero al docente. 4. Atiende observaciones y corrige. 	<ul style="list-style-type: none"> • Internet • Referencias • Computadora • Proyector • Estados financieros • Razones financieras aplicables a emprendimientos 	9 horas
11	Preparación de la exposición física y el Pitch de ventas	<ol style="list-style-type: none"> 1. Atiende las indicaciones para realizar la exposición física y virtual 2. Elabora la exposición con apoyo de tecnologías de la información y modelos de negocio. 3. Presenta su plan de negocios. 4. Considera en su presentación el orden de los elementos del Pitch: <ol style="list-style-type: none"> a. Datos para la toma de decisiones (Presentación de Estadísticas) 	<ul style="list-style-type: none"> • Internet • Referencias • Computadora • Proyector • Modelos de negocio 	6 horas

		<ul style="list-style-type: none"> b. Segmento de mercado que se atiende c. Solución al Problema/Producto o Servicio que va a solucionar el problema d. Propuesta de Valor (Valor Diferenciador) e. Razones para creer f. Modelo de negocios g. Competencia h. Proyecciones financieras e indicadores claves i. Necesidades de fondos <p>5. El docente evalúa de acuerdo a la rúbrica establecida.</p> <p>6. Presenta el proyecto en eventos institucionales y por invitación a nivel regional y nacional.</p>		
--	--	----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------	--	--

VII. MÉTODO DE TRABAJO

Encuadre: El primer día de clase el docente debe establecer la forma de trabajo, criterios de evaluación, calidad de los trabajos académicos, derechos y obligaciones docente-alumno.

Estrategia de enseñanza (docente):

- Proporciona información y explica temáticas sobre, modelos de negocio
- Explica a través de ejemplos las temáticas de las unidades
- Organiza foros de expertos
- Explica y supervisa las prácticas de taller
- Elabora y aplica exámenes
- Retroalimenta y revisa correcciones del plan de negocio
- Desarrolla y aplica dinámicas para potenciar la mente emprendedora
- Es mediador en las exposiciones y críticas de los proyectos de cada grupo
- Propicia la participación activa del estudiante

Estrategia de aprendizaje (alumno):

- Consulta información sobre temáticas sobre modelos de negocio
- Responde test de perfil del emprendedor
- Realiza ejercicios de las temáticas de las unidades
- Desarrolla prácticas de taller
- Desarrolla planes de negocio
- Participa en foros de expertos
- Presenta avances continuos y valida pruebas de mercado
- Atiende indicaciones del docente.
- Participa activamente en la clase
- Trabaja en equipo

VIII. CRITERIOS DE EVALUACIÓN

La evaluación será llevada a cabo de forma permanente durante el desarrollo de la unidad de aprendizaje de la siguiente manera:

Criterios de acreditación

- Para tener derecho a examen ordinario y extraordinario, el estudiante debe cumplir con los porcentajes de asistencia que establece el Estatuto Escolar vigente.
- Calificación en escala del 0 al 100, con un mínimo aprobatorio de 60.

Criterios de evaluación

- Prototipo..... 10%
 - Actividades prácticas..... 30%
 - Entrega proyecto final..... 25%
 - Presentación proyecto final... 35%
- Total.....100%**

Nota: Si el alumno no entrega el proyecto final o no participa en la presentación, no puede obtener una calificación aprobatoria, así mismo, la calificación de cada alumno debe ser considerada individualmente independientemente de que algunas actividades se lleven a cabo en equipo.

IX. REFERENCIAS

Básicas

- Adán, P. Y. (2015). *Emprendedor con éxito, 10 claves para generar modelos de negocio*. Alfa Omega.
- Alcaraz, R. (2020). *Emprendedor de éxito*. McGraw Hill.
- Bodie, Z., Kane, A. & Marcus, A. (2019). *Essentials of investments* (11th. ed.). Mc Graw Hill.
- Fleitman, J. (2018). *Atrévete a ser emprendedor*. PAX México.
- Gitman, L.J. y Zutter, C. J. (2016). *Principios de administración financiera* (14va. ed). Pearson.
- Griffin, M. P. (2015). *How to write a business plan: a step-by-step guide to creating a plan that gets results* (5th. ed.) *AMA Self-Study*.
- Neck, H. C. (2021). *Entrepreneurship: The practice and mindset* (2nd. ed.). Sage Student resources. Recuperado de <https://edge.sagepub.com/neckentrepreneurship/student-resources>

Complementarias

- Anzola, S. (2002). *La actitud emprendedora: espíritu que enfrenta los retos del futuro*. McGraw Hill.
- Aulet, B. (2013). *Disciplined entrepreneurship: 24 steps to help entrepreneurs launch successful new ventures*. Wiley.
- Baca, G. (2016). *Evaluación de proyectos* (8ava. ed.). Mc Graw Hill.
- Bachrach, E. (2014). *Ágilmente: aprende cómo funciona tu cerebro para potenciar tu creatividad y vivir mejor*. Grijalbo.
- Della, G. (2021). *El Canvas B: Diseñando modelos de negocios*. Recuperado de <https://innodriven.com/es/el-canvas-b-disenando-modelos-de-negocios-sostenibles/>
- Entrepreneur. (2021). *Soy Entrepreneur*. Obtenido de <https://www.entrepreneur.com/topic/soyentrepreneur>
- Kawasaki, G. (2015). *The art of the start 2.0: The time-tested, battle-hardened guide for anyone starting anything*. Portfolio/Penguin.

X. PERFIL DEL DOCENTE

El docente que imparta la asignatura de Desarrollo de Emprendedores, debe contar con un título de Licenciado en Administración de Empresas, Negocios Internacionales, Comercio Exterior, Informática, Contaduría o afines, o cualquier carrera con 2 años o más de experiencia como emprendedor, de preferencia con posgrado.

El profesor debe contar con las competencias básicas que son:

- Culturales: dominio de la materia que se imparte, además contar con una actitud abierta a la formación continua.
- Pedagógicas: habilidades didácticas, tutorías, técnicas de investigación, acción, conocimientos psicológicos y sociales.
- Conocimiento e interacción con el mundo, despertar en el alumno el interés por los contenidos.
- Aprender a aprender supone disponer de habilidades para iniciarse en el aprendizaje y ser capaz de continuar aprendiendo de manera cada vez más eficaz y autónoma de acuerdo a los propios objetivos y necesidades.
- Disposición para motivar a sus alumnos a aprender a aprender, un alto nivel de automotivación, para guiar adecuadamente a los alumnos a desarrollar esas mismas habilidades.

El docente buscará que la enseñanza logre que los alumnos sean:

- Competentes en el uso de las tecnologías
- Buscadores, analizadores y evaluadores de su conocimiento;
- Es preciso que solucionen problemas y tomen decisiones;
- Usuarios creativos y eficaces herramientas de productividad;
- Comunicadores, colaboradores, publicadores y productores; y
- Ciudadanos informados, responsables y capaces de contribuir a la sociedad.