

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 Ciencias de la Ingeniería, Administrativas y Sociales, Tecate; y Facultad de Contaduría y Administración, Tijuana.
- 2. Programa Educativo:** Licenciado en Inteligencia de Negocios
- 3. Plan de Estudios:** 2021-2
- 4. Nombre de la Unidad de Aprendizaje:** Comercialización de Tecnologías
- 5. Clave:** 39082
- 6. HC:** 02 **HT:** 02 **HL:** 00 **HPC:** 00 **HCL:** 00 **HE:** 02 **CR:** 06
- 7. Etapa de Formación a la que Pertenece:** Terminal
- 8. Carácter de la Unidad de Aprendizaje:** Optativa
- 9. Requisitos para Cursar la Unidad de Aprendizaje:** Ninguno



Equipo de diseño de PUA

Erika Arciga Hernández.
Javier Fermín Padilla Sánchez

Firma

Vo.Bo. de subdirector(es) de Unidad(es) Académica(s)

Adelaida Figueroa Villanueva
Angélica Reyes Mendoza
Esperanza Manrique Rojas
Jesús Antonio Padilla Sánchez

Firma

Fecha: 12 de marzo de 2021

II. PROPÓSITO DE LA UNIDAD DE APRENDIZAJE

La unidad de aprendizaje tiene como finalidad que el estudiante identifique y analice los requerimientos de una empresa para diseñar un plan de negocio, además de desarrollar habilidades de innovación, análisis financiero y comercialización de tecnologías, utilizando la creatividad, y el pensamiento analítico de manera responsable.

Esta unidad de aprendizaje pertenece a la etapa terminal de la licenciatura en Inteligencia de Negocios, es de carácter optativo, forma parte del área de conocimiento Infraestructura de Tecnologías de Información y no es requisito haber aprobado una unidad previa para cursarla.

III. COMPETENCIA GENERAL DE LA UNIDAD DE APRENDIZAJE

Desarrollar oportunidades de innovación tecnológica, a través de la detección de las necesidades y requerimientos de una empresa, identificación de mercado y las habilidades de presentación comercial, para generar valor económico y beneficio social, con responsabilidad, creatividad y pensamiento analítico.

IV. EVIDENCIA(S) DE APRENDIZAJE

Elaboración y exposición de un plan de negocios que incluya análisis financiero, detección de áreas de oportunidad, planeación estratégica, análisis de riesgo, plan de comercialización de tecnologías.

V. DESARROLLO POR UNIDADES
UNIDAD I. Fundamentos de la comercialización de tecnologías

Competencia:

Analizar los conceptos de comercialización, a través de la detección de necesidades, mercados y fuerzas competitivas, con el propósito de comprender los fundamentos de la comercialización de tecnologías, con actitud analítica, crítica y objetiva.

Contenido:

Duración: 4 horas

- 1.1 Conceptos de Comercialización de tecnologías
- 1.2. Detección de Necesidades
- 1.3 Identificación de Mercados
- 1.4 Identificación de fuerzas competitivas
- 1.5. Identificación de la cadena de valor agregado
- 1.6. Ecosistema de innovación

UNIDAD II. Opciones de Inversión y negociación

Competencia:

Analizar las opciones de inversión y viabilidad económica, por medio de los diferentes métodos actuales, las fuentes de financiamiento y su proceso de inversión, con el propósito de recomendar la opción más óptima, con actitud analítica, pensamiento crítico y ética profesional.

Contenido:

Duración: 8 horas

- 2.1. Análisis de inversión
 - 2.1.1. Método contable
 - 2.1.2. Método de flujo de Caja
 - 2.1.3 Método de valoración de capital de riesgo
- 2.2. Viabilidad Económica
 - 2.2.1 Fuentes de financiamiento
 - 2.2.2. Proceso de inversión
 - 2.2.3 Términos de negociación y Estructura de operaciones
 - 2.2.4. Proceso de negociación
 - 2.2.5 Análisis costo beneficio

UNIDAD III. Comunicación y habilidades de presentación comercial

Competencia:

Interpretar las competencias personales y los procesos de venta consultiva de tecnologías, mediante el estudio de la implementación de la dirección comercial y de ventas, para desarrollar estrategias de marketing, con actitud proactiva, competitiva y responsabilidad.

Contenido:**Duración:** 8 horas

- 3.1. Competencias Personales
- 3.2. Procesos de venta consultiva de tecnología
 - 3.2.1. Implementación de la dirección comercial
 - 3.2.2. Implementación de dirección de ventas
 - 3.2.3. Estrategia de Marketing
- 3.3. Interacción con Cliente
 - 3.3.1. Perfiles de clientes
 - 3.3.2. Proceso de Ventas
- 3.4. Técnicas para desarrollo de proyectos

UNIDAD IV. Oportunidad y Evaluación del potencial de negocio

Competencia:

Analizar las oportunidades de negocios, por medio de la valoración económica de tecnologías, con la finalidad de evaluar el potencial del negocio, mostrando actitud crítica, reflexiva y responsable.

Contenido:

- 4.1. Análisis de oportunidad de negocios
- 4.2. Transferencia de tecnología
- 4.3. Valoración Económica de Tecnologías
- 4.4. Paquetes Tecnológicos

Duración: 4 horas

UNIDAD V. Desarrollo de Planes de Negocio

Competencia:

Desarrollar un plan de negocio, a través de la identificación de los requerimientos de una empresa, los análisis de riesgo y detección de áreas de oportunidad de la misma, para generar ventajas competitivas, con ética profesional, creatividad y responsabilidad.

Contenido:

Duración: 8 horas

- 5.1. Plan Estratégico
- 5.2. Plan de Comercialización de tecnologías
- 5.3. Análisis de Riesgo
 - 5.3.1. Análisis de riesgo de tecnología
 - 5.3.2. Análisis de riesgo de Negocio
- 5.4. Desarrollo de plan de negocio
 - 5.4.1. Formatos de plan de negocio

VI. ESTRUCTURA DE LAS PRÁCTICAS DE TALLER

No.	Nombre de la Práctica	Procedimiento	Recursos de Apoyo	Duración
UNIDAD I				
1	Detección de necesidades	<ol style="list-style-type: none"> 1. Busca información 2. Realiza una infografía 3. Entrega la actividad para su retroalimentación. 	<ul style="list-style-type: none"> ● Internet ● Proyector ● Libros 	1 horas
2	Identificación de mercados	<ol style="list-style-type: none"> 1. Atiende las orientaciones del profesor para elaborar la práctica. 2. Investiga acerca de los tipos de mercados que existen 3. Identifica las características más significativas de cada uno 4. Realiza un presentación .donde puedan identificar cada uno plenamente 	<ul style="list-style-type: none"> ● Internet ● Proyector ● Libros 	1 horas
3	Identificación de fuerzas competitivas	<ol style="list-style-type: none"> 1. Atiende las orientaciones del profesor para elaborar la práctica. 2. Investiga el modelo de Michael Porter identificando las 5 fuerzas competitivas que existen. 3. Realiza un análisis del modelo de las 5 fuerzas competitivas 4. Con ejemplos explica cada una de ellas 5. Realiza un presentación .donde puedan identificar cada fuerza plenamente 	<ul style="list-style-type: none"> ● Internet ● Proyector ● Libros 	2 horas
4	Identificación de la cadena de valor agregado	<ol style="list-style-type: none"> 1. Atiende las orientaciones del profesor para elaborar la 	<ul style="list-style-type: none"> ● Internet 	2 horas

		<p>práctica.</p> <ol style="list-style-type: none"> Investiga acerca de la cadena de valor agregado, sus etapas primarias y actividades de soporte. Identifica claramente sus actividades y realiza un ejemplo para cada una Realiza en presentación gráfica con los ejemplos 	<ul style="list-style-type: none"> Proyector Libros 	
UNIDAD II				
5	Análisis de inversión	<ol style="list-style-type: none"> Atiende las indicaciones del docente para investigar sobre análisis de inversión Investiga los distintos métodos del análisis de inversión Analiza la información recabada y la organiza. Elabora un reporte para identificar los riesgos que implica una inversión y sus beneficios a través de cada uno de sus métodos Entrega la actividad al docente para su retroalimentación y evaluación 	<ul style="list-style-type: none"> Acceso a Internet Acceso a bases de datos UABC Libros Especializados Computadora 	4 horas
6	Viabilidad Económica	<ol style="list-style-type: none"> Atiende las indicaciones del docente para investigar sobre viabilidad económica Investiga cuales son los pasos para elaborar un estudio de viabilidad económica Analiza la información recabada y la organiza. Elabora un estudio de viabilidad económica para identificar la 	<ul style="list-style-type: none"> Acceso a Internet Acceso a bases de datos UABC Libros Especializados Computadora 	4 horas

		diferencia entre costo y beneficio 5. Entrega la actividad al docente para su retroalimentación y evaluación.		
UNIDAD III				
7	Implementación de la dirección comercial	<ol style="list-style-type: none"> 1. Atiende las indicaciones del docente para investigar sobre viabilidad económica 2. Investiga los elementos para la implementación de la dirección comercial. 3. A través de un caso práctico implementar la dirección comercial de una empresa 4. Exponer el resultado de la implementación comercial del caso práctico. 5. Entrega la actividad al docente para su retroalimentación y evaluación. 	<ul style="list-style-type: none"> • Acceso a Internet • Acceso a bases de datos UABC • Libros Especializados • Computadora 	2 horas
8	Implementación de la dirección comercial	<ol style="list-style-type: none"> 1. Atiende las indicaciones del docente para investigar sobre viabilidad económica 2. Investiga los elementos para la implementación de la dirección comercial. 3. A través de un caso práctico implementar la dirección comercial de una empresa 4. Exponer el resultado de la implementación comercial del caso práctico. 5. Entrega la actividad al docente para su retroalimentación y evaluación. 	<ul style="list-style-type: none"> • Acceso a Internet • Acceso a bases de datos UABC • Libros Especializados • Computadora 	2 horas

9	Técnicas para desarrollo de proyectos	<ol style="list-style-type: none"> 1. Atiende las indicaciones del docente para investigar sobre viabilidad económica 2. Investiga las técnicas para el desarrollo de proyectos 3. En base a la investigación enlistar las técnicas y ejemplificar su uso en un caso práctico. 4. Exponer el resultado del caso práctico. 5. Entrega la actividad al docente para su retroalimentación y evaluación. 	<ul style="list-style-type: none"> • Acceso a Internet • Acceso a bases de datos UABC • Libros Especializados • Computadora 	2 horas
UNIDAD IV				
10	Análisis de oportunidad de negocios	<ol style="list-style-type: none"> 1. Atiende las indicaciones del docente para investigar análisis de oportunidades de negocio 2. Investiga sobre la identificación de características de la empresa y el mercado 3. Analiza la información recabada y la organiza. 4. Elabora un modelo de negocio identificando competidores directos e indirectos, los consumidores y demás factores que implica el análisis de oportunidad de negocio. 5. Entrega la actividad al docente para su retroalimentación y evaluación 	<ul style="list-style-type: none"> • Acceso a Internet • Acceso a bases de datos UABC • Libros Especializados • Computadora 	2 horas
11	Valoración Económica de Tecnologías	<ol style="list-style-type: none"> 1. Atiende las indicaciones del docente para investigar la 	<ul style="list-style-type: none"> • Acceso a Internet • Acceso a bases de datos UABC 	2 horas

		<p>valoración económica de tecnologías</p> <ol style="list-style-type: none"> Investiga sobre la importancia de la valoración de la tecnología y las patentes Analiza la información recabada y la organiza. Elabora un reporte con estimación económica con el fin de determinar su precio y la forma adecuada para patentarlo, transferencia o licenciamiento. Entrega la actividad al docente para su retroalimentación y evaluación . 	<ul style="list-style-type: none"> Libros Especializados Computadora 	
UNIDAD V				
12	Desarrollo plan de negocios	<ol style="list-style-type: none"> Atiende las indicaciones del docente para desarrollar el plan de negocios. Investiga sobre el método de presentación de un plan de negocios Analiza la información recabada y la organiza. Elabora el plan de negocios que incluya análisis financiero, detección de áreas de oportunidad, planeación estratégica, análisis de riesgo, plan de comercialización de tecnologías. Realiza una exposición de tu plan de negocios Entrega la actividad al docente para su retroalimentación y evaluación. 	<ul style="list-style-type: none"> Acceso a Internet Acceso a bases de datos UABC Libros Especializados Computadora Proyector 	8 horas

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):

- Estudio de caso
- Método de proyectos
- Aprendizaje basado en problemas
- Técnica expositiva
- Ejercicios prácticos
- Selección y proyección de material audiovisual

Estrategia de aprendizaje (alumno):

- Investigación
- Estudio de caso
- Trabajo en equipo
- Exposiciones
- Prácticas de taller
- Organizadores gráficos
- Resúmenes

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

- Tareas y participación.....	10%
- Evaluaciones parciales.....	20%
- Exposición.....	10%
- Prácticas de taller.....	20%
- Plan de negocios.....	40%
Total.....	100%

IX. REFERENCIAS

Básicas

- García, E. (2020). *¿Cómo generar valor en las empresas?* Universidad del Pacífico.
- Lerma Kirchner, A. E., & Márquez Castro, E. (2019). *Comercio y marketing internacional (5a ed.)*. Cengage Learning.
- Münch Galindo, L., & Sandoval P. (2018). *Nuevos fundamentos de mercadotecnia : hacia el liderazgo del mercado (4a ed.)*. Trillas.
- Piñeiro Otero, T., & Martínez Rolán, L. X. (2016). *Understanding digital marketing basics and actions*. Comunicación audiovisual e publicidade.
- Prats Cabrera, J. O., & Puig Gabarró, P. (2017). *La gobernanza de las telecomunicaciones: Hacia la economía digital*. <https://libcon.rec.uabc.mx:4440/10.18235/0000963>

Complementarias

- Artal Castells, M. (2017). *Dirección de ventas : organización del departamento de ventas y gestión de vendedores (15a ed. actualizada y ampliada)*. ESIC.
- Castellanos Ramírez, A. (2015). *Logística comercial internacional*. Universidad del Norte.
- Monferrer, T. (2013). *Fundamentos de marketing*. España. (ed.), Servei de Comunicació i Publicacions, Universitat Jaume I.
- Magretta, J. (2012). *Understanding Michael Porter : The Essential Guide to Competition and Strategy*. Harvard Business Review Press.

X. PERFIL DEL DOCENTE

El docente que imparta la unidad de aprendizaje Comercialización de tecnologías deberá ser Lic. en Informática, Lic. Administración de Empresas, Lic. en sistemas computacionales o área afín, preferentemente con posgrado. Con experiencia mínima de tres años en la docencia y profesional, ser proactivo, analítico que fomente el trabajo en equipo y la investigación.