



NOMBRE DEL CURSO: Emprendedores de Negocios Informáticos

CODIGO:	790	CREDITOS:	4
ESCUELA:	Ciencias y Sistemas	AREA A LA QUE PERTENECE:	Metodología de Sistemas
PRE REQUISITO:	786 – Sistemas Organizacionales y Gerenciales 1	POST REQUISITO:	Ninguno
CATEGORIA:	Optativo	SEMESTRE:	1er 2019
CATEDRÁTICO (A):	Ludwing F. Altán	TUTOR ACADÉMICO:	Gilberto A. Rosales
EDIFICIO:	T-3	SECCIÓN:	A
SALON DEL CURSO:	215	SALON DEL LABORATORIO:	T-3 India 1
HORAS POR SEMANA DEL CURSO:	2	HORAS POR SEMANA DEL LABORATORIO:	2
DÍAS QUE SE IMPARTE EL CURSO:	Viernes	DÍAS QUE SE IMPARTE EL LABORATORIO:	Jueves
HORARIO DEL CURSO:	07:10AM – 08:50AM.	HORARIO DEL LABORATORIO:	07:10AM – 8:50AM

DESCRIPCIÓN DEL CURSO:

El curso busca formar en el profesional de ingeniería en ciencias y sistemas una visión práctica que le permita planear, ejecutar y llevar a buen término proyectos e iniciativas relacionadas con nuevos negocios, creación de empresas, innovación/desarrollo de productos y servicios y adaptación tecnológica, asegurando para el participante un desarrollo sostenido tanto para sí mismo como para su entorno y su comunidad.

OBJETIVO GENERAL:

Potenciar en el participante el espíritu innovador a través de situaciones y escenarios de aprendizaje que le permitan desarrollar habilidades para poner en marcha proyectos relacionados con: nuevos productos/servicios, innovación y emprendimiento.

OBJETIVOS ESPECÍFICOS:

1. Desarrollar en el participante competencias y capacidades que le permitan entender e involucrarse en el proceso de nuevos negocios
2. Desarrollar en el participante competencias y capacidades por medio de las cuales entender, buscar y adaptarse en el entorno y ecosistema apropiado para emprender
3. Desarrollar en el participante competencias y capacidades para diseño de negocios

4. Desarrollar en el participante competencias y capacidades complementarias que le permitan desenvolverse de forma adecuada en el rol de emprendedor, innovador y agente de cambio

METODOLOGIA:

El curso abarca 4 áreas de desarrollo de capacidades (Proceso de nuevos negocios, Entorno para emprender, Diseño de negocios y Complemento formativo), que se cubren en función de 3 etapas de tiempo (iniciación, desarrollo e impulso) a lo largo de un semestre (16 semanas). El método incluye la realización de sesiones de clase y laboratorio, tanto presenciales como en línea, asignaciones de lecturas, revisión y estudio de casos, realización de proyectos, asignaciones y tareas, contacto con especialistas en temas relacionados con la materia y evaluaciones/exámenes correspondientes.

EVALUACIÓN DEL RENDIMIENTO ACADEMICO:

Según el Reglamento General de Evaluación y Promoción del Estudiante de la Universidad de San Carlos de Guatemala, la zona tiene valor de 75 puntos, la nota mínima de promoción es de 61 puntos y la zona mínima para optar a examen final es de 36 puntos. Considerando el enfoque práctico del curso, la aprobación del laboratorio de curso es también un requisito indispensable. La distribución del 100% de la nota final se realiza de la siguiente manera:

Instrumento de Evaluación	Ponderación
Tareas	10
Asistencia y participación	10
Ex Parcial	15
Proyectos	30
Laboratorio	10
Total de la zona	75
Evaluación final	25
Nota de Promoción	100

CONTENIDO PROGRAMATICO Y CALENDARIZACIÓN:

Iniciación (Semanas de la 1 a la 5)

- a. Proceso de nuevos negocios
 1. Arranque
 2. Definición
 3. Aprendizaje
- b. Entorno para emprender
 1. Industria y Mercado
 2. Oportunidades de negocio
 3. Evolución tecnológica

- c. Diseño de negocios
 - 1. Lienzo para modelar negocios
 - 2. Patrones de diseño

Desarrollo (Semanas de la 6 a la 13)

- a. Proceso de nuevos negocios
 - 4. Experimentación
 - 5. Empuje
- b. Entorno para emprender
 - 4. Clientes y Necesidades de Mercado
- c. Diseño de negocios
 - 2. Patrones de diseño
- d. Complemento formativo:
 - 1. Creatividad
 - 2. Mercadeo

Impulso (Semanas de la 14 a la 16)

- a. Proceso de nuevos negocios
 - 6. Pruebas y Medición
- b. Entorno para emprender
 - 5. Aceptación de Mercado
- c. Diseño de negocios
 - 3. Técnicas
- d. Complemento formativo:
 - 2. Mercadeo
 - 3. Redes de contacto y financiación.

BIBLIOGRAFÍA PRINCIPAL:

1. The Lean Startup. Eric Ries. Crwon Business. 2011.
2. The Startup Owner's Manual. Steve Blank. 2012. K&S Ranch Publishers
3. Business Model Generation. Alexander Osterwalder & Yves Pigneur. John Wiley & Sons. 2010.
4. Finding Fertile Ground. *Scott A. Shane*. Wharton School Publishing/Pearson Education. 2005
5. Entrepreneurship. *Hisrich-Peters-Shepherd*. McGraw Hill.

BIBLIOGRAFÍA DE REFERENCIA:

1. Diagnóstico sobre la situación actual del emprendedurismo en Centroamérica. BCIE. Abril 2010. Asociación Incubadora Parque TEC.
2. Global Entrepreneurship Monitor (GEM), Guatemala: Reporte Nacional 2014-2015. GEM Consortium Equipo GEM Guatemala.
3. Guía de emprendimientos dinámicos. Fondo Multilateral de Inversiones (FOMIN), Miembro del grupo BID.
4. Information Rules. A Strategic Guide to Network Economy. *Shapiro, Varian*. Harvard Business School.
5. Global Entrepreneurship Monitor. 2015 Executive Report. *Niels Bosma and Jonathan Levie*
6. Creating a world without poverty. *Muhammad Yunus*. 2007 Public Affairs
7. Process Innovation. Reengineering work through Information Technology. *Thomas H. Davenport*. Harvard Business School Press.
8. Strategic marketing. *David W. Cravens, Nigel F. Piercy*. McGraw Hill.