



**NOMBRE DEL CURSO: Emprendedores de Negocios Informáticos**

<b>CODIGO:</b>	790	<b>CREDITOS:</b>	4
<b>ESCUELA:</b>	Ciencias y Sistemas	<b>AREA A LA QUE PERTENECE:</b>	Metodología de Sistemas
<b>PRE REQUISITO:</b>	786 – Sistemas Organizacionales y Gerenciales 1	<b>POST REQUISITO:</b>	Ninguno
<b>CATEGORIA:</b>	Optativo	<b>SEMESTRE:</b>	2do 2018
<b>CATEDRÁTICO (A):</b>	Ludwing F. Altán	<b>TUTOR ACADÉMICO:</b>	Gilberto A. Rosales
<b>EDIFICIO:</b>	T-3	<b>SECCIÓN:</b>	A
<b>SALON DEL CURSO:</b>	214	<b>SALON DEL LABORATORIO:</b>	T-3 212
<b>HORAS POR SEMANA DEL CURSO:</b>	2	<b>HORAS POR SEMANA DEL LABORATORIO:</b>	2
<b>DÍAS QUE SE IMPARTE EL CURSO:</b>	Viernes	<b>DÍAS QUE SE IMPARTE EL LABORATORIO:</b>	Jueves
<b>HORARIO DEL CURSO:</b>	07:10AM – 08:50AM.	<b>HORARIO DEL LABORATORIO:</b>	08:50AM – 10:30AM

**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:

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

### **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.