

1. INFORMACIÓN GENERAL DE LA ASIGNATURA

Código:	ESPOL02115 (TEMPORAL)	
Nombre:	EMPRENDIMIENTO E INNOVACIÓN SOSTENIBLE	
Modalidad de la asignatura	Híbrida	
Idioma de impartición de la asignatura:	Español	
Organización del aprendizaje	Número de Horas	
Aprendizaje en contacto con el profesor	32.0	
Aprendizaje práctico-experimental	32.0	
Aprendizaje autónomo	32.0	
TOTAL DE HORAS	96,00	
CRÉDITOS DE LA ASIGNATURA	2,00	

2. PALABRAS CLAVE

propuesta de valor, identificación del problema, prototipado, design thinking

3. OBJETIVO GENERAL DE LA ASIGNATURA

Diseñar modelos de negocios orientados a la solución de problemas o a la capitalización de oportunidades, por medio de la aplicación de herramientas ágiles y procesos dinámicos para la obtención de productos o servicios que respondan a las necesidades del mercado.

4. DESCRIPCIÓN DE LA ASIGNATURA

Esta asignatura de formación disciplinar avanzada está orientada a estudiantes de maestría que necesitan conocer los elementos que intervienen en el proceso emprendedor, reflexionar sobre las características y competencias de un emprendedor e identificar oportunidades de nuevos negocios y/o proyectos en organizaciones existentes. Con un enfoque práctico, se guía al estudiante en el uso de herramientas que faciliten la identificación de ideas de negocio, el desarrollo de la proposición de valor y los demás elementos claves de un modelo de negocio. Sin duda este curso, mostrará la relación que existe entre emprendimiento y la innovación, cuyo elemento fundamental es la creatividad.

5. CONOCIMIENTOS Y/O COMPETENCIAS PREVIOS

Conocimientos previos: N/A Competencias deseables: Trabajo en equipo. Capacidad de análisis y síntesis. Capacidad de observación.

6. RESULTADOS DE APRENDIZAJE

	Resultados de aprendizaje de las Asignatura (Ya declarados previamente/en función de los contenidos)	Resultado de aprendizaje del programa (Ya declarados previamente)	Nivel de contribución del resultado de aprendizaje del programa al perfil de egreso (Alto/Medio/Bajo)
1	Analizar el rol del emprendimiento en la mejora continua, la transformación y el desarrollo sostenible mediante la aplicación de teorías de innovación, identificando estrategias que impulsen la competitividad empresarial y contribuyan al desarrollo económico sostenible.	Individuos socialmente responsables en el ambiente de negocios	Alta
2	Identificar oportunidades de negocio (o de mejora), con base en productos y servicios innovadores y sostenibles, para la creación de	Profesionales con mente emprendedora capaz de iniciar nuevos proyectos	Alta

6. RESULTADOS DE APRENDIZAJE

	Resultados de aprendizaje de las Asignatura (Ya declarados previamente/en función de los contenidos)	Resultado de aprendizaje del programa (Ya declarados perviamente)	Nivel de contribución del resultado de aprendizaje del programa al perfil de egreso (Alto/Medio/Bajo)
2	un proyecto de negocio propio o dentro de una organización emprendedora.	Profesionales con mente emprendedora capaz de iniciar nuevos proyectos	Alta
3	Evaluar el mercado y la industria relacionada a una oportunidad desde una perspectiva local y global para un manejo efectivo de la incertidumbre durante un proyecto de innovación.	Gerentes competentes en áreas funcionales de la administración de negocios	Alta
4	Aplicar herramientas que faciliten la creación y/o diseño de soluciones innovadoras y sostenibles que respondan de forma efectiva a las necesidades identificadas.	Gestores de la innovación capaces de crear productos, procesos y servicios para la comunidad	Alta

7. LISTADO DE UNIDADES

Unidad	Nombre de las Unidades y Subunidades	Horas de componentes		
		Contacto con el profesor	Práctico-Experimental	Aprendizaje autónomo
1.	1. Proceso creativo e investigación basada en el usuario. 1.1. Premisas del proceso creativo 1.2. Etapas del proceso del Design Thinking. 1.3. Ambiente de colaboración e interdisciplinario. 1.4. Potencialidad del mercado, tendencias y mapa de empatía. 1.5. Inspiración análoga, sustitutos, competidores, análisis de la industria.	5	5	5
2.	2. Definición de convergencia hacia la propuesta de valor. 2.1. Proto-persona y Proto-empresa 2.2. "Value Proposition Canvas" (VPC): tareas, dolores y beneficios (jobs, pains, gains). 2.3. "Customer journey", "heat mapping" y priorización de ideas. 2.4. "Insights", causa raíz de las necesidades del cliente	6	6	6
3.	3. Innovación, el proceso de innovación y el desarrollo del espíritu emprendedor. 3.1. Definición de innovación 3.2. Tipos de innovación; motor de la innovación 3.3. Conceptualización del espíritu emprendedor e identificación de la relación entre Emprendimiento e Innovación.	3	3	3
4.	4. Creatividad e Innovación 4.1. Ideación, prototipado e implementación. 4.2. Elementos básicos de la creatividad: Fluidez,	4	4	4

Unidad	Nombre de las Unidades y Subunidades	Horas de componentes		
		Contacto con el profesor	Práctico-Experimental	Aprendizaje autónomo
4.	flexibilidad y originalidad. 4.3. Proceso de comercialización de una idea innovadora.	4	4	4
5.	5. Propuesta de valor 5.1. Definición de la propuesta de valor. 5.2. Creación de valor 5.3. Técnicas para realizar entrevistas exitosas. 5.4. Productos mínimos viables. 5.5. Validación de un MVP a un producto.	4	4	4
6.	6. Introducción al modelo de negocio CANVAS 6.1. Componentes del modelo de negocio CANVAS. 6.2. Planteamiento de un modelo de negocio usando la herramienta Business Model CANVAS (BMC). 6.3. De un Business Model Canvas tradicional a un Modelo de Negocio Sostenible	4	4	4
7.	7. Comunicación efectiva – Preparación de pitch efectivo 7.1. Estrategias de comunicación efectiva 7.2. Storytelling 7.3. Elaboración de presentación – idea de negocio	4	4	4
8.	8. Fuentes de financiamiento 8.1. Diferentes tipos de financiamiento 8.2. Búsqueda de grants y oportunidades de inversión en emprendimientos de impacto.	2	2	2

8. METODOLOGÍA

Estudio y análisis de casos. Talleres de aplicación práctica de herramientas de Design Thinking a las ideas de negocio. Simulaciones. Desarrollo y defensa de proyectos

9. EVALUACIÓN POR COMPONENTES DEL APRENDIZAJE

COMPONENTE		Porcentaje %	Tipo de evaluación		
			Diagnóstica	Formativa	Sumativa
1	Aprendizaje en contacto con el profesor	40,00	x	x	
2	Aprendizaje práctico-experimental	40,00		x	x
3	Aprendizaje autónomo	20,00		x	x

10. BIBLIOGRAFÍA

Básica:
Mosher-Williams, R. (2018, Winter). The strength of social enterprise. Stanford Social Innovation Review, 16, B6-B12.
Amabile, T. (1996). Creatividad e innovación en las organizaciones. Harvard Business School.
Osterwalder, A., Pigneur, Y., Bernarda, G., Smith, A., & Papadakos, T. (2014). Value Proposition Design: How to Create Products and Services Customers Want. John Wiley & Sons.
Blank, S., & Dorf, B. (2020). The Startup Owner's Manual: The Step-By-Step Guide for Building a Great Company. K&S Ranch.
Complementaria:
Janus, K. K. (2018). Social Startup Success: How the Best Nonprofits Launch, Scale Up, and Make a Difference.
Bocken, N. M. P., Short, S. W., Rana, P., & Evans, S. (2014). A literature and practice review to develop sustainable business model archetypes. Journal of Cleaner Production, 65, 42-56.
Gans, J. and Stern S. (2017). Como crear valor en una empresa. La paradoja del emprendedor. IESE Insight.
Johnson, M. W., Christensen, C. M., & Kagermann, H. (2008). Cómo reinventar su modelo de negocios. Harvard Business

10. BIBLIOGRAFÍA

Review, 86(12), 53-63.

11. RESPONSABLES DE LA ELABORACIÓN DEL SÍLABO

Nombre	Responsabilidad
ZURITA ERAZO SONIA ANALIA	Colaborador
AMAYA RIVAS ADRIANA ANDREA	Coordinador de asignatura

BORRADOR