

A. IDIOMA DE ELABORACIÓN

Español

B. OBJETIVO GENERAL DE LA ASIGNATURA

Desarrollar las fases del proceso de emprendimiento con enfoque en la innovación y las competencias emprendedoras, aplicando herramientas de ideación, modelado y validación de negocios, para la generación de propuestas de valor acordes al entorno.

C. DESCRIPCIÓN DE LA ASIGNATURA

El curso de formación transversal está dirigido a estudiantes de grado y aborda las condiciones para innovar y el desarrollo de propuestas innovadoras desde una perspectiva emprendedora. Se abordan criterios para identificar oportunidades, crear valor y comprender las necesidades del entorno. El contenido incluye ideación, prototipado, validación de productos o servicios y análisis de modelos de negocio. Además, se incorporan conceptos básicos de evaluación financiera y gestión presupuestaria para determinar la viabilidad de las innovaciones. Finalmente, se estudian las competencias y el proceso emprendedor, destacando su papel en la adopción y sostenibilidad de las propuestas. La asignatura fomenta la creatividad, iniciativa y pensamiento estratégico para enfrentar retos profesionales y sociales.
--

D. CONOCIMIENTOS Y/O COMPETENCIAS PREVIOS

Manejo de programas informáticos para la creación de presentaciones visuales, elaboración de hojas de cálculo y redacción de documentos de texto; manejo de herramientas digitales para la gestión del trabajo académico en línea; y comprensión de textos académicos básicos en inglés.
--

E. RESULTADOS DE APRENDIZAJE DE LA ASIGNATURA

1	Valorar la importancia del desarrollo de competencias emprendedoras mediante el aprendizaje experiencial basado en proyectos, para el reconocimiento de su impacto en el proceso de emprendimiento.
2	Investigar el entorno mediante técnicas de recolección y análisis de información, para la identificación problemas, necesidades u oportunidades que permitan generar propuestas de valor.
3	Aplicar herramientas de ideación y modelado de negocios utilizando marcos de referencia reconocidos, para el diseño propuestas de productos o servicios innovadores.

F. COMPONENTES DE APRENDIZAJE

Aprendizaje en contacto con el profesor	✓
Aprendizaje práctico	✓
Aprendizaje autónomo:	✓

G. EVALUACIÓN DE LA ASIGNATURA

ACTIVIDADES	MARQUE SI APLICA
Exámenes	✓
Lecciones	✓
Tareas	✓
Proyectos	✓
Laboratorio/Experimental	
Participación	✓
Salidas de campo	
Portafolio del estudiante	
Otras	

H. PROGRAMA DE LA ASIGNATURA

UNIDADES/SUBUNIDADES	Horas de docencia por unidad
1. Innovación y Proceso Innovador	6
1.1. Introducción y diseño de vida profesional	
1.2. Creación de valor profesional	
1.3. Condiciones para innovar	
1.4. El proceso de innovación	
2. Identificación Oportunidades	8
2.1. Empatía con el usuario y análisis de clientes	
2.2. Metodología Lean Startup y aprendizaje del problema	
2.3. Definición del problema	
2.4. Tendencias	
3. Prototipado y Validación	6
3.1. Definición de solución	
3.2. Propuesta de valor	
3.3. Prototipado y MVP	
3.4. Técnicas de validación	
3.5. Segmentación y tamaño de mercado	
4. Modelos Negocios	8
4.1. Industria y competidores	
4.2. Definición, utilidad y componentes de un modelo negocio	
4.3. Mecánicas de modelos de negocio	
4.4. Validación de un modelo de negocio	
4.5. Propiedad Intelectual	
5. Finanzas del Emprendedor	8
5.1. Estructura de Costos y Punto Equilibrio	
5.2. Modelos de ingreso	
5.3. Flujo de caja y capital de trabajo	
5.4. Financiamiento	
6. Competencias Emprendedoras	6
6.1. Competencias de un emprendedor	
6.2. Perfiles de emprendedores	
6.3. Proceso Emprendedor	
7. Actividades de evaluación	6

I. BIBLIOGRAFÍA

BÁSICA	1. Alexander Osterwalder & Yves Pigneur & Clark, Tim. (2010). Business model generation: a handbook for visionaries, game changers, and challengers. ((pbk.)). New Jersey: John Wuley & Sons Ltd.. ISBN-10: 0470876417, ISBN-13: 9780470876411
--------	--

COMPLEMENTARIA	<ol style="list-style-type: none"> 1. Mullins, John. (2018). The New Business Road Test: What entrepreneurs and investors should do before launching a lean start-up. (5ta. Edición). Londres: FT Press. ISBN-10: 1292208392, ISBN-13: 9781292208398 2. Bland, David J.& Osterwalder, Alexander. (2019). Testing Business Ideas: A Field Guide for Rapid Experimentation. (1era. Edición). New Jersey: Wiley. ISBN-10: 1119551447, ISBN-13: 9781119551447
----------------	---

J. RESPONSABLE DEL CONTENIDO DE ASIGNATURA

Profesor	Correo	Participación
HELGUERO ALCIVAR CARMEN ZULEMA	zhelguer@espol.edu.ec	Colaborador
CAICEDO ROSSI GUIDO	caicedo@espol.edu.ec	Responsable del contenido de asignatura