



Nombre del Curso: EMPRENDIMIENTO EN LAS TICs	
Código: AS-15	Créditos: 3
Escuela: ESTUDIOS DE POSGRADO	Maestría a la que pertenece: MATIC
Docente: Pablo Rosales	
Edificio: T-3	Sección: única
Salón del curso: INDIA 1	Salón de Laboratorio: -
Horas por semana del curso:	3
Duración:	1 Trimestre
Horario del curso:	10:00 a 13:00

1. DESCRIPCIÓN DEL CURSO

Las grandes fuerzas tecnológicas, científicas, sociales y económicas contemporáneas han impulsado la globalización, abriendo grandes oportunidades y amenazas para países, grupos e individuos. Los avances en las Tecnologías de Información y Comunicaciones (TICs) han sido fuerzas particularmente relevantes en este proceso; emprendedores en todo el mundo han creado grandes corporaciones como Google, Facebook, Dropbox, que influyen en nuestras vidas en distintos ámbitos: trabajo, salud, entretenimiento, socialización, etc. Es en este entorno de ideas, tecnologías, conocimiento y desafíos que los emprendedores pueden encontrar oportunidades para crear empresas exitosas que ofrezcan servicios y productos que beneficien a la sociedad, sus trabajadores y sus accionistas.

En este curso introductorio al emprendimiento en el ámbito de las TICs, se busca que el estudiante reflexione sobre la importancia del emprendimiento y comprenda el proceso de emprender. A lo largo del curso se expone al estudiante a conceptos, métodos, técnicas y marcos de referencia analíticos útiles en el proceso de emprendimiento. El contenido teórico se complementa actividades de discusión dentro y fuera del aula que fomentan el involucramiento de los estudiantes con personas que han emprendido o están por emprender.

Aun cuando el énfasis del curso es el emprendimiento, éste se complementa con 2 áreas: 1) Una filosofía del trabajo que motive al estudiante a ver el trabajo como algo más que un medio para obtener recursos económicos; y 2) Planificación de la carrera profesional, en la que se motiva al estudiante a planificar una carrera profesional satisfactoria; asimismo se le brindan herramientas para dicha planificación



2. OBJETIVOS

GENERAL

Motivar al estudiante a que reflexione y tome acción sobre: el emprendimiento y su carrera profesional.

ESPECÍFICOS

Lograr que el participante al final del curso capacidad de:

- Conocer conceptos, métodos, técnicas y marcos de referencia analíticos útiles para el emprendimiento y el desarrollo profesional.
- Poner en marcha un plan de desarrollo profesional y/o un emprendimiento de negocios

3. COMPETENCIAS TERMINALES

Al finalizar el curso el estudiante desarrolla las siguientes competencias.

- Motivación para el desarrollo profesional planificado y/o emprender un negocio.
- Formulación de modelos de negocio a través de *Business Model Canvas*.
- Desarrollo de modelos de desarrollo profesional a través de *Business Model You*.



4. CONTENIDO TEMÁTICO DEL CURSO

Unidad	Tema
Unidad I	Filosofía del Trabajo El trabajo como una práctica espiritual
Unidad II	Introducción al emprendimiento 1. ¿ Qué es ser emprendedor ? 2. Reconocer la oportunidad 3. El paso inicial 4. Ecuación de valor y estrategias de entrada al Mercado 5. Crear un plan de negocios exitoso 6. Herramientas a. The Business Model Canvas b. Patterns
Unidad III	Planificación de una carrera profesional satisfactoria 1. Herramientas: Business Model You

5. CRONOGRAMA DE ACTIVIDADES

Actividad	Enero			Febrero				Marzo				Mes
	16	23	30	6	13	20	27	5	12	19	26	Día
	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	Semana
Cátedra magistral		x	x	x	x	x	x	x				Actividades en clase
Conferencias de invitados												
Introducción al curso	x											
Presentaciones de estudiantes	x	x		x								
Proyectos										x		
Evaluación									x			
<u>Asistencia a eventos</u>				x				x				Actividades Fuera de clase
<u>Lectura libros texto</u>		x	x	x	x	x	x	x	x			
<u>Lectura complementaria</u>					x	x						
<u>Actividades</u>		x	x	x			x	x				
<u>Proyectos</u>							x	x	x	x		
<u>Multimedios: vídeo</u>		x	x	x	x							



6. METODOLOGÍA

En clase

- Cátedras magistrales
- Presentaciones por parte de invitados
- Análisis y discusión de material
- Presentaciones por parte de estudiantes de temas selectos
- Evaluaciones

Fuera de clase

- Lectura de capítulos de la bibliografía recomendada
- Lecturas complementarias
- Análisis de casos
- Curso en línea (Massive Open Online Course)
- Eventos para emprendedores: First Tuesday

7. NOTA DE PROMOCIÓN

La nota de promoción es de 70 puntos en una escala de 0 a 100 puntos, de acuerdo con el Reglamento del sistema de Estudios de Postgrado de la USAC. La asistencia debe ser de al menos el 75%. La zona es de 70 puntos y la evaluación final es de 30 puntos y no hay exámenes de recuperación.

8. BIBLIOGRAFIA

1. Freire, A. 2005. Pasión por emprender. De la idea a la cruda realidad. Bogotá Colombia: Grupo Editorial Norma.
2. Osterwalder, A. y Pigneur, Y. 2010. Business Model Generation. John Wiley & Sons: New Jersey.
3. Clark, T., Osterwalder, A. y Pigneur, Y. 2012. Business Model You. John Wiley & Sons: New Jersey.
4. Toms, W. y Toms, M. 2000. El zen del trabajo: Del tedio al placer. Ediciones Oniro: Barcelona, España.