

**Programa de Asignatura
INNOVACION Y CAPITAL SEMILLA**

A. Antecedentes Generales

1. Unidad Académica	FACULTAD DE COMUNICACIÓN					
2. Carrera	PUBLICIDAD					
3. Código del ramo	PUEL451 PUEL411					
4. Ubicación en la malla	IV año, I semestre					
5. Créditos	08					
6. Tipo de asignatura	Obligatorio		Electivo	X	Optativo	
7. Duración	Bimestral		Semestral	X	Anual	
8. Módulos semanales	Clases Teóricas	2	Clases Prácticas		Ayudantía	
9. Horas académicas	Clases	68	Ayudantía			
10. Pre-requisito	No tiene					

B. Aporte al Perfil de Egreso

El curso persigue que el alumno logre comprender el proceso para el desarrollo de nuevos negocios desde un aporte de innovación. Busca despertar en los alumnos el deseo de emprender y para ello conocer las distintas técnicas que permitan implantar el proyecto de nuevos negocios hasta la definición estratégica.

Incluye el desarrollo del pensamiento emprendedor, la innovación dentro de este contexto, el diseño necesario para ponerlo en práctica y la ejecución del plan estratégico.

Pertenece al ciclo de habilitación profesional y a la Línea de Formación denominada “Innovación y Negocios”.

El aporte al perfil de egreso se traduce también en que esta asignatura promueve el desarrollo de las Competencias Genéricas de “Emprendimiento y Liderazgo”, “eficiencia” y “Visión Analítica” y de la competencias específica de “Planificación, Diseño y Ejecución de planes estratégicos”.

C. Competencias y Resultados de Aprendizaje generales que desarrolla la asignatura

Competencias Genéricas	Resultados de Aprendizaje Generales
<i>Emprendimiento y Liderazgo</i>	<i>Conoce los procesos necesarios para llegar a definir un negocio dentro del marco de innovación y aplica los distintos modelos estratégicos para ponerlo en práctica.</i>
<i>Eficiencia</i>	
<i>Visión Analítica</i>	
Competencias Específicas	
<i>Planificación, Diseño y Ejecución de planes estratégicos</i>	

D. Unidades de Contenidos y Resultados de Aprendizaje

Unidades de Contenidos	Competencia	Resultados de Aprendizaje
Unidad I: Pensando en emprender (ideación, lluvia de ideas, sin límites en la caja) 1. Perfil individual de negocios. 2. Búsqueda de las razones para emprender un negocio. 3. Selección de una idea de negocio sencilla.	Emprendimiento y Liderazgo	Reconoce e identifica el potencial personal para definir el área de negocios. Identifica las razones principales para iniciar un negocio. Descubre una idea con potencial.
Unidad II: Innovando en los emprendimientos (estrategia de liderazgo en los negocios e innovación de la idea de producto o servicio) 1. Estudios de mercado para la búsqueda de oportunidades. 2. Como elegir la mejor idea más innovadora y viable. 3. Estrategia de producto para la innovación. 4. Target y objetivos, metodología SMART.	Eficiencia Visión Analítica	Aplica los resultados de estudios de mercado en la búsqueda de espacios de negocio. Define las bases para el desarrollo estratégico posterior.
Unidad III: Análisis y diseño de modelo de negocio para cada emprendimiento 1. Modelos existentes de negocio. 2. Selección del modelo de acuerdo al emprendimiento.	Planificación, Diseño y Ejecución de planes estratégicos	Analiza y selecciona el modelo de negocio pertinente de acuerdo a cada emprendimiento.
Unidad IV: definición de plan estratégico para la ejecución 1. Plan estratégico macro para el producto o servicio, target, recursos, equipos, producción, marketing, comunicación. 2. Plan de acción paso a paso. 3. Mejoramiento permanente, sentido de alerta para los ajustes. 4. Aceptación del fracaso y la incertidumbre. 5. Sistemas de control.	Planificación, Diseño y Ejecución de planes estratégicos	Define el plan estratégico apropiado para cada negocio, desarrolla un plan de acción acorde a la estrategia, establece un plan de observación y mejora permanente, elabora los distintos sistemas de control de cumplimiento de metas.

E. Estrategias de Enseñanza

La metodología de enseñanza incluirá el desarrollo de trabajos prácticos y fomentando la participación en clases. El estudiante analizará problemáticas donde podrá aplicar los conocimientos conceptuales adquiridos.

El curso se estructura en base a diversas metodologías, que incluye:

- 1) Clases expositivas apoyadas con tecnologías como Power Point o Prezi.
- 2) Trabajos de grupo y debates entre los mismos alumnos; guías de trabajo desarrolladas en clases.
- 3) Actividades de análisis y crítica de casos (reales y supuestos) durante la mayor parte de las clases.

F. Estrategias de Evaluación

La cátedra comprende diferentes momentos de evaluación, por tanto, incluye controles de lectura a fin de chequear la comprensión de los temas abordados durante el desarrollo de los contenidos, así como certámenes para determinar el logro de ciertos aprendizajes al término de una unidad o un cuerpo determinado de contenidos.

Trabajo grupal como una forma de fomentar el desempeño en equipo. Asimismo, evaluará la creatividad con la cual los alumnos deberán aplicar buena parte de los ejemplos desarrollados en clases y exposiciones de los invitados. No menos importante será la utilización de la terminología precisa relativa al ámbito de la publicidad.

En síntesis, las evaluaciones consideran dos certámenes, trabajos grupales, controles de lectura y un examen final.

Requisito de asistencia: este curso tiene como requisito que el estudiante tenga un 75%

G. Recursos de Aprendizaje

BIBLIOGRAFÍA OBLIGATORIA:

1. EL ARTE DE EMPEZAR; Kawasaki, Guy 4ª Edición, 2013
2. EL LIBRO NEGRO DEL EMPRENDEDOR; Beas, T.Fernando, 6ª. Edición, Editorial Activa
3. EL MANUAL DEL EMPRENDEDOR; Blank y Dorf, Grupo Planeta, 2013
4. EL MÉTODO LEAN START UP; Ries, Eric, Editorial Deusto, 2013
5. RUNNING LEAN; Maurya, Ash, Unir Editorial, 2014

6. TU MODELO DE NEGOCIOS; Osterwalter, Alex, Editorial Deusto 2012
7. REWORK; Fried, Jason, Editorial Random House , 2010