

PROGRAMAS DE ASIGNATURA
PSICOLOGÍA DEL EMPRENDIMIENTO

Misión Facultad de Economía y Negocios

Contribuir al desarrollo económico y social a través de la generación y difusión de conocimiento avanzado y la formación de profesionales de excelencia en el campo de la administración y la economía, que se distingan por su capacidad emprendedora, mentalidad global, actitud innovadora y que sean capaces de transformarse en protagonistas en la generación de valor e impacto en las organizaciones.

A. Antecedentes Generales

1. Unidad Académica	FACULTAD DE ECONOMÍA Y NEGOCIOS					
2. Carrera	INGENIERÍA COMERCIAL					
3. Código del ramo	EELE566					
4. Ubicación en la malla	V AÑO					
5. Créditos	10					
6. Tipo de asignatura	Obligatorio		Electivo	X	Optativo	
7. Duración	Bimestral		Semestral	X	Anual	
8. Módulos semanales	Clases Teóricas		Clases Prácticas		Ayudantía	
9. Horas académicas	Clases		Ayudantía			
10. Pre-requisito	Emprendimiento II					

Perfil de Egreso del Ingeniero Comercial de la Universidad del Desarrollo

“El Ingeniero Comercial de la Universidad del Desarrollo es un profesional formado en el campo de la administración, capaz de comprender la evolución de la economía nacional y mundial, y capaz de realizar en forma exitosa funciones de gestión y creación de negocios. Se caracteriza por su capacidad emprendedora, liderazgo y trabajo en equipo, comprometido con el desarrollo del país, actuando con rectitud en su quehacer académico y profesional, y preparado para enfrentar el mundo del trabajo”

B. Aporte al Perfil de Egreso

Este curso apunta directamente al desarrollo de una capacidad emprendedora fundada en aspectos científicos desde el ámbito de la psicología. Específicamente, basado en la investigación en emprendimiento, este curso perfila a los alumnos que deseen emprender de herramientas para el desarrollo de negocios sustentables económicamente y con buenas probabilidades de éxito.

Para lo anterior, el curso comienza por derribar ciertos mitos asociados a los rasgos de personalidad de los emprendedores y dar énfasis en ciertos procesos y estructuras cognitivas que explican las diferencias entre emprendedores y no emprendedores. Adicionalmente, se pretende que los alumnos tengan consciencia de los errores más comunes que se comenten al desarrollar emprendimientos, y finalmente, las características que tienen quienes logran adquirir experticia en el ámbito del emprendimiento. Por otra parte, se apunta a una reflexión sobre diferentes herramientas y técnicas asociadas al emprendimiento, para evaluar sus alcances, limitaciones y contextualizarlas para su correcta aplicación.

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

Competencias Genéricas	Resultados de Aprendizaje Generales
Emprendimiento y Liderazgo Visión analítica Comunicación	Conocimiento y comprensión de las herramientas más comunes para desarrollar un proceso emprendedor. Reflexión de los sesgos cognitivos más comunes que explican gran parte de los fracasos el mundo del emprendimiento. Entendimiento de características asociadas a la mentalidad experta en emprendimiento.
Competencias Específicas	
Integración y visión holística del fenómeno del emprendimiento Metodologías para emprender Sesgos cognitivos Teorías para el desarrollo de una mentalidad experta	

D. Unidades de Contenidos y Resultados de Aprendizaje

Unidades de Contenidos	Competencia	Resultados de Aprendizaje
Unidad 1: Procesos cognitivos <ul style="list-style-type: none"> • Percepciones • Estado de alerta • Motivaciones • Funcionamiento del cerebro • Inteligencia y creatividad • Proceso de toma de decisiones 	Emprendimiento y Liderazgo Visión analítica Comunicación Integración y	Entender los principales recursos cognitivos aplicados en el contexto del emprendimiento para una comprensión de las estructuras, procesos y sesgos cognitivos.
Unidad 2: Procesos afectivos <ul style="list-style-type: none"> • Emociones • Sentimientos • Pasión 	visión holística de las características psicológicas de los emprendedores	Identificar los principales procesos afectivos y cómo poder hacer un uso efectivo de ellos para beneficiar el desempeño de los emprendedores para poder iniciar y gestionar un negocio.
Unidad 3: Comportamiento <ul style="list-style-type: none"> • Teoría de rasgos de personalidad • Relaciones y comportamiento social • Consciente e inconsciente • Identidad emprendedora 	y los respectivos procesos subyacentes a una mentalidad emprendedora experta	Entender las características que distinguen los comportamientos quienes son emprendedores seriales, cómo procesan la información, y de qué forma desarrollar esta mentalidad emprendedora experta.

E. Estrategias de Enseñanza

La metodología de enseñanza se basará en cátedras efectuadas en la sala de clases, que incluyan el desarrollo de trabajos prácticos y fomentando la participación en clases. El estudiante analizará problemáticas donde podrá aplicar los conocimientos adquiridos.

El curso se estructura en torno a las siguientes metodologías:

1. Metodología expositiva.
2. Lectura de material bibliográfico y de material en línea. Los documentos se encuentran en inglés, por lo tanto es imprescindible el dominio de este lenguaje.
3. Trabajos individuales y en equipo.

F. Estrategias de Evaluación

Para evaluar el logro de los resultados de aprendizaje y el desarrollo de las competencias de la asignatura, se contemplan las siguientes evaluaciones, junto a sus porcentajes correspondientes.

Evaluaciones	
Certamen 1	30%
Certamen 2	30%
Tareas	
Controles	
Examen	40%
TOTAL	

Requisito de asistencia: 70%

G. Recursos de Aprendizaje

BIBLIOGRAFÍA OBLIGATORIA:

Baron, R. A. (1998). Cognitive mechanisms in entrepreneurship: Why and when entrepreneurs think differently than other people. *Journal of Business venturing*, 13(4), 275-294.

Baron, R. A., & Henry, R. A. (2010). How entrepreneurs acquire the capacity to excel: Insights from research on expert performance. *Strategic Entrepreneurship Journal*, 4(1), 49-65.

Frese, M., & Gielnik, M. M. (2014). The psychology of entrepreneurship. *Annu. Rev. Organ. Psychol. Organ. Behav.*, 1(1), 413-438.

- Kalkan, M., & Kaygusuz, C. (2012). The psychology of entrepreneurship. In *Entrepreneurship-Born, made and educated*. IntechOpen.
- Krueger, N. F. (2003). The cognitive psychology of entrepreneurship. In *Handbook of entrepreneurship research*(pp. 105-140). Springer, Boston, MA.
- Mansoori, Y., & Lackeus, M. (2019). Comparing effectuation to discovery-driven planning, prescriptive entrepreneurship, business planning, lean startup, and design thinking. *Small Business Economics*, 1-28.
- Mitchell, R. K., Busenitz, L., Lant, T., McDougall, P. P., Morse, E. A., & Smith, J. B. (2002). Toward a theory of entrepreneurial cognition: Rethinking the people side of entrepreneurship research. *Entrepreneurship theory and practice*, 27(2), 93-104.
- Müller, R. M., & Thoring, K. (2012). Design thinking vs. lean startup: A comparison of two user-driven innovation strategies. *Leading through design*, 151, 91-106.
- Rauch, A., & Frese, M. (2007). Let's put the person back into entrepreneurship research: A meta-analysis on the relationship between business owners' personality traits, business creation, and success. *European Journal of work and organizational psychology*, 16(4), 353-385.
- Zhang, S. X., & Cueto, J. (2017). The study of bias in entrepreneurship. *Entrepreneurship theory and Practice*, 41(3), 419-454.