

A. Antecedentes Generales

1. Unidad Académica	FACULTAD DE COMUNICACIÓN					
2. Carrera	PUBLICIDAD					
3. Código del ramo	PBA315					
4. Ubicación en la malla	III año, V semestre					
5. Créditos	8					
6. Tipo de asignatura	Obligatorio	X	Electivo		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	Mundo y Negocios					

B. Aporte al Perfil de Egreso

La presente asignatura pretende introducir al alumno en el significado de “Emprender” y el desarrollo de habilidades y competencias necesarias para elaborar un proyecto concreto de emprendimiento coherente con las necesidades reales del entorno social.

Al finalizar el curso el estudiante aplicará los conocimientos necesarios para desarrollar un proyecto de negocio y fortalecer su espíritu emprendedor, realizando un diagnóstico de fortalezas y debilidades con el fin de aplicarlo en un proyecto real. A su vez, logrará comprender y apreciar las características de un espíritu emprendedor y la importancia de la ética, la honestidad y responsabilidad social.

Pertenece al ciclo de licenciatura del plan de estudio de la carrera de Publicidad y se relaciona directamente con el curso de Mundo y Negocios. Promueve el desarrollo de las Competencias Genéricas UDD Futuro de “Eficiencia” y “Ética”, y de las competencias específicas de “Búsqueda, selección e integración de la información” y “Creatividad”.



UNIDAD II: Casos de emprendimiento, detección, oportunidades e ideas de negocios 1. Emprendimientos exitosos y fracasos (nacional e internacional) 2. Factores relevantes para el emprendimiento: 2.1 motivación y expectativas 2.2 riesgos 2.3 recursos (económicos, humano) 2.4 equipo, metodología y dedicación, tiempos de trabajo. 3. Características de los emprendedores (visión, innovación, resiliencia, metodología) 4. Design thinking (método de detección de oportunidades y desarrollo de ideas) 5. Evaluación financiera de un emprendimiento. 5.1 Gobierno 5.2 Incubadoras 5.3 Personas	Ética Eficiencia Búsqueda, selección e integración de la información Creatividad Eficiencia Búsqueda, selección e integración de la información.	UNIDAD II Define claramente cuáles son los desafíos y puntos clave de éxitos y fracasos de cualquier emprendimiento, mediante elaboración de plan. Elabora un plan sobre cómo llevar a cabo una idea a algo tangible, testeable, vendible y con posibilidades de financiamiento, mediante ejercicios prácticos o informe escrito Investiga y analiza casos de emprendedores para detectar las características comunes en el perfil del emprendedor. Aplica Design Thinking como metodología de detección de oportunidades y desarrollo de ideas, mediante estudio de casos. Evalúa financieramente la factibilidad concreta de un emprendimiento, a través de actividades prácticas.
UNIDAD III: Metodología para generar un emprendimiento. 1. Investigación, análisis y evaluación. 1.1 Análisis del mercado 1.2 Definición, clave de problema, idea y/u oportunidades 1.3 Evaluación, factibilidad (recursos financieros, capital humano, tiempo, competencias).	Eficiencia Ética	UNIDAD III Aplica una metodología concisa para llevar una idea a un modelo de negocio concreto y vendible.

E. Estrategias de Enseñanza

F. Estrategias de Evaluación

La asignatura 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.



El trabajo grupal evaluará la creación de ideas con la cual los alumnos deberán aplicar buena parte de los ejemplos desarrollados en clases considerando el lenguaje apropiado a la asignatura.

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 80% de asistencia a las clases teóricas

G. Recursos de Aprendizaje

BIBLIOGRAFÍA OBLIGATORIA:

- Balanko- Dikson, Greg (2008). *Como preparar un plan de negocios exitoso*. México, editorial Mc Graw Hill.
- Miranda, A. (2004). *Como elaborar un plan de empresas*. Madrid. Editorial Thomson.