

PONTIFICIA UNIVERSIDAD JAVERIANA

FACULTAD DE CIENCIAS ECONÓMICAS Y ADMINISTRATIVAS

Programa de Administración de Empresas

PROGRAMA DE ASIGNATURA

Emprendimiento e Innovación en Modelos de Negocio

Periodo Académico: 2020 – 10

DESCRIPCIÓN GENERAL

Fecha de actualización del Programa: 01 de agosto de 2019

Créditos: 3

Horas Presenciales: 3

Horas virtuales: 0

Horas de estudio autónomo: 4

Horas de acompañamiento: 2

PROFESORES

Coordinador(a) académico(a) de la asignatura: Carolina Llorente

Email: c.llorente@javeriana.edu.co

Teléfono: 3208320 Ext. 3170

DESCRIPCIÓN EN ESPAÑOL

Actualmente el emprendimiento es una de las áreas más apetecidas por los profesionales para lograr un desarrollo personal y una independencia financiera, sin embargo, las personas que desean ser emprendedores se encuentran generalmente con la dificultad de identificar una nueva oportunidad en el mercado, desarrollarla y proyectarla a largo plazo. Por estas razones, este curso promueve desarrollo de habilidades de pensamiento creativo, y suministra metodologías y herramientas para la identificación de necesidades y oportunidades, generación y modelación de nuevas ideas, con el fin diseñar un modelo de negocio innovador y presentarlo de forma efectiva a inversionistas que ayuden a convertirlo en realidad.

DESCRIPCIÓN EN INGLÉS

Currently entrepreneurship is one of the most coveted areas by professionals who want to achieve personal development and financial independence. However, people who want to be entrepreneurs are usually facing problems when they try to identify a new market opportunity, to develop it and to make a long-term project. For these reasons, this course promotes the development of creative thinking skills, and it offers methodologies and tools for identifying needs and opportunities, generating and modeling new ideas, so students will be able to design an innovative business models and present them effectively to investors to help make it a reality.

OBJETIVO GENERAL

Proporcionar las metodologías y herramientas que garanticen el desarrollo competencias y

habilidades para la articulación y aplicación de procesos de creatividad e innovación, para que los estudiantes creen, entreguen y capturen valor mediante la generación de un modelo de negocio.

OVERALL OBJECTIVE

Provide methodologies and tools to ensure the development of competencies and skills for the articulation and implementation of processes of creativity and innovation, for students to create, deliver and capture value by generating a business model.

OBJETIVOS ESPECÍFICOS

- Despertar en el estudiante el interés por el emprendimiento
- Potencializar la mentalidad y espíritu emprendedor en los estudiantes.
- Identificar y evaluar oportunidades de mercado para la generación de ideas innovadoras de negocio.
- Comprender las bases teóricas y prácticas de la metodología Design Thinking.
- Comprender y realizar ejercicios de prototipado rápido que sirvan como herramientas para la validación del modelo de negocio.
- Modelar negocios innovadores, centrados en ejercicios de comprensión de las necesidades de los clientes y de las tendencias mundiales.

SPECIFIC OBJECTIVES

- Arouse in the student the interest on entrepreneurship
- Potentiate entrepreneurial mentality and spirit in students.
- Identify and evaluate market opportunities to generate innovative business ideas.
- Understand the theoretical and practical basis of the methodology of Design Thinking.
- Understand and do rapid prototyping exercises as tools for the validation of the business model.
- Modeling innovative businesses, focusing on exercises to understand customer needs and global trends.

ESTRATEGIAS PEDAGÓGICAS

Este curso comprende 2 horas de acompañamiento semanal, mentores en finanzas, mercadeo, tecnología, imagen y protocolo, creatividad y diseño, comunicación oral y comunicación escrita. Los contenidos del curso se encuentran divididos en 4 partes:

1. Identificación de oportunidades de mercado y generación de ideas de negocio
2. Modelación de negocios innovadores
3. Validación del modelo de negocio
4. Construcción de una aproximación a un plan de negocio

El aprendizaje emerge de una dinámica que oscila entre observación, lectura y comprensión, análisis y aplicación de conceptos. El trabajo en equipo es de vital importancia durante el desarrollo de todas las actividades del curso, por lo tanto, se deberá trabajar en la cohesión y liderazgo dentro de todos los equipos de trabajo. Diversas estrategias serán utilizadas para alcanzar los objetivos de aprendizaje, tales como:

Seminario: Lectura y preparación previa, por parte de los estudiantes, del material correspondiente a sesión de clase, en la cual se trabajará en forma de debate, aclaración, aplicaciones, ejemplificación, etc. Con éste método se pretende fortalecer la comprensión de la temática.

Juegos y Retos: La simulación de situaciones organizacionales, en las cuales los estudiantes deberán tomar decisiones gerenciales sustentadas teóricamente.

Exposiciones del docente o de invitados: Realización de clases magistrales sobre los componentes estratégicos del curso.

Talleres: Es una forma de aprendizaje en laboratorio para la formación del profesional, que coloca al estudiante en un trabajo en equipo, estudiando situaciones y problemas concretos, de

ESTRATEGIAS PEDAGÓGICAS

tal manera que las personas puedan formular aportes al interior grupo, con base en un trabajo de análisis del contexto, reflexión, búsqueda en la experiencia y que finaliza en la acción, o por lo menos en la proposición de soluciones eficaces.

Feria de Emprendimiento: Durante el desarrollo del curso se brindarán las herramientas y metodologías para que los estudiantes de forma grupal puedan generar un modelo de negocio innovador y viable, con el fin de incentivar y facilitar la generación y creación de empresas Javeriana. Este proyecto se construirá a lo largo de las sesiones por medio de los talleres. Este proyecto contará con tres entregas que coincidirán con las cohortes de evaluación establecidos por la Universidad. La feria de emprendimiento que se realizará a finales del semestre denominada “Exposición de Ideas Innovadoras de Emprendimiento y Simulación de Rueda de Negocios” reúne todos los trabajos y aprendizajes de todo el curso, en el cual los grupos de trabajo deberán presentar sus ideas de emprendimiento ante evaluadores internos y externos.

PEDAGOGICAL STRATEGIES

This course includes support in finance, marketing, technology, image and protocol, creativity and design, speaking and writing, two hours per week.

The contents of the course are divided into 4 parts:

1. Identification of market opportunities and generation of business ideas
2. Modeling of innovative businesses
3. Validation of the business model
4. Construction of an approach to a business plan

Learning emerges from a dynamic that oscillates between observation, reading and comprehension, analysis and application of concepts. Teamwork is vitally important during the development of all course activities, therefore, cohesion and leadership within all work teams must be worked on. Various strategies will be used to achieve learning objectives, such as:

Seminar: Reading and prior preparation, by students, of the material corresponding to the class session, in which they will work in the form of debate, clarification, applications, exemplification, etc. This method intends to strengthen the understanding of the subject.

Games and Challenges: The simulation of organizational situations, in which students must make management decisions theoretically supported.

Teacher or guest presentations: Master classes on the strategic components of the course.

Workshops: It is a form of laboratory learning for the training of the professional, which places the student in a teamwork, studying specific situations and problems, so that people can contribute to the internal group, based on a work of Context analysis, reflection, search in experience and ending in action, or at least in proposing effective solutions.

PEDAGOGICAL STRATEGIES

Entrepreneurship Fair: During the course development, the tools and methodologies will be provided so that students in a group can generate an innovative and viable business model, in order to encourage and facilitate the generation and creation of Javeriana companies. This project will be built throughout the sessions through the workshops. This project will have three deliveries that will coincide with the evaluation cohorts established by the University. The entrepreneurship fair that will be held at the end of the semester called "Exhibition of Innovative Ideas for Entrepreneurship and Simulation of Business Roundtable" brings together all the work and learning of the entire course, in which the working groups must present their entrepreneurship ideas before internal and external evaluators.

EVALUACIÓN

MECANISMOS DE EVALUACIÓN	PORCENTAJE
Primer Cohorte	(30%)
- Primera presentación	15%
- Talleres de clase y tareas	10%
- Mentorías	5%
Segundo Cohorte	(35%)
- Segunda presentación	20%
- Talleres de clase y tareas	10%
- Mentorías	5%
Tercer Cohorte	(30%)
- Feria de Emprendimiento	25%
- Talleres de clase y tareas	5%
Evaluación de Rendimiento	(5%)
TOTAL	100%

RAE - RESULTADOS DE APRENDIZAJE ESPERADOS

- Aplicar de la definición conceptual de emprendimiento y espíritu emprendedor.
- Conocer de la relación e importancia de emprendimiento e innovación en el mundo de los negocios actuales.
- Reconocer los tipos de emprendimiento.
- Identificar las características comunes de los emprendedores.
- Reflexionar de la identificación de oportunidades, dificultades, la limitación de recursos en los procesos de emprendimiento.
- Conocer de las tendencias de los negocios a nivel global.
- Comprender del proceso de innovación e intraemprendimiento.
- Aplicar del proceso de identificación de oportunidades.
- Identificar de las tendencias de mercado a nivel mundial como fuente de oportunidades de negocio.
- Generar de un pensamiento creativo que permita que el estudiante plantear respuestas para el futuro, a partir de datos actuales e inferencias, diferentes a las actuales.

RAE - RESULTADOS DE APRENDIZAJE ESPERADOS

- Potencializar del pensamiento creativo que permita que el estudiante plantee respuestas para el futuro, a partir de datos actuales e inferencias, diferentes a las actuales.
- Comprender el proceso de Design Thinking para validar la idea y oportunidad de negocio identificadas.
- Entender la naturaleza de los modelos de negocios.
- Diferenciar las diversas técnicas de innovación, cómo posicionar el modelo en un panorama muy competitivo.
- Conocer de cuál es la finalidad y contenido de un plan de negocio.
- Desarrollar el análisis de fuerzas del mercado.
- Entender de los principales conceptos de la estrategia de océano azul aplicada a los modelos de negocio.
- Reconocer la importancia de conocimiento y el desarrollo de los clientes para el crecimiento y la supervivencia de los modelos de negocio.
- Comprender los principales conceptos del plan de mercadeo.
- Conocer de las fuentes de financiación para un emprendimiento.
- Aplicar los conceptos de capital de trabajo en un proyecto de emprendimiento.
- Conocer de los diferentes aspectos que conforman una presentación efectiva.

LO – LEARNING OUTCOMES

- Apply the conceptual definition of entrepreneurship.
- Know the relationship and importance of entrepreneurship and innovation in the world
- Recognize the types of entrepreneurship.
- Identify the common characteristics of entrepreneurs.
- Reflect on opportunities, difficulties, and the limitation of resources in the entrepreneurial processes.
- Learn about business trends globally.
- Understand the process of innovation and intrapreneurship.
- Apply the process of identifying opportunities.
- Identify worldwide market trends as a source of business opportunities.
- Generate a creative thought that allows students to propose answers for the future, based on current data and inferences.
- Understand the Design Thinking process to validate the idea and business opportunity identified.
- Understand the nature of business models.
- Differentiate the various innovation techniques, how to position the model in a very competitive landscape.
- Know what the purpose and content of a business plan.
- Develop the analysis of market forces.
- Understand the main concepts of the blue ocean strategy applied to business models.
- Recognize the importance of customer knowledge and development for the growth and survival of business models.
- Understand the main concepts of the marketing plan.

LO – LEARNING OUTCOMES

- Know the sources of financing for a venture.
- Apply the concepts of working capital in an entrepreneurship project.
- Know the different aspects that make up an effective presentation.

CONTENIDOS DE CONOCIMIENTO

Sesión	Tema	Bibliografía	Trabajo Preparatorio
1	Presentación de la clase y conceptos básicos de emprendimiento	<p>Bibliografía:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Varela R. (2014) Capítulo 3 “El empresario” Innovación Empresarial: arte y ciencia en la creación de empresas. <p>Bibliografía complementaria:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Freire A. (2005) Pasión por emprender. Capítulo 1 ¿Qué es ser emprendedor? (13p) 	<p>Trabajo preparatorio:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Lectura Bibliográfica de la sesión 1
2	La creatividad y la innovación, y las tendencias globales	<p>Bibliografía:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Schnarch, A. (2009). Desarrollo de nuevos productos y empresa. Capítulo 4: proceso creativo. / Capítulo 5: Como buscar y encontrar ideas. Páginas seleccionadas. <p>Bibliografía complementaria:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Seelig Tina, (2009) Capítulo 1 y 2 “What I Wish I Knew When I Was 20”. 	<p>Trabajo preparatorio:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Mapa mental de la evolución del concepto emprendimiento (grupos para presentar la siguiente clase). • Investigación sobre tendencias (Grupal y de acuerdo a la asignación). • Ver la película “Joy: el nombre del éxito” y realizar una reflexión de 350 palabras máximo.
3	La innovación y el proceso de identificación de la oportunidades	<p>Bibliografía:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Silverstein, D. (2013) Innovators Toolkit. Introduction, 	<p>Trabajo preparatorio:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Presentación grupal de mega tendencias.

CONTENIDOS DE CONOCIMIENTO			
Sesión	Tema	Bibliografía	Trabajo Preparatorio
		Technique 1: Jobs to be done. Bibliografía complementaria: <ul style="list-style-type: none"> Schnarch, A. (2009). Desarrollo de nuevos productos y empresa. Capítulo 5: Como buscar y encontrar ideas. Páginas seleccionadas. 	<ul style="list-style-type: none"> Desarrollo lectura de Steve Blank. Presentación magistral: Desarrollo y caminos para la generación y filtro de ideas empresariales. Taller de identificación de Insights y de desarrollo de la idea de negocio.
4	El desarrollo de ideas de negocio	Bibliografía: <ul style="list-style-type: none"> Blank Steve (2009) El manual del emprendedor. Capítulo 2: el modelo de desarrollo de los clientes. 	Trabajo preparatorio: <ul style="list-style-type: none"> Presentación grupal de mega tendencias. Desarrollo lectura de Steve Blank. Presentación magistral: Desarrollo y caminos para la generación y filtro de ideas empresariales. Taller de identificación de Insights y de desarrollo de la idea de negocio.
5	Retroalimentación a los estudiantes de la pre-entrega y ejercicios en clase enfocados en promover el trabajo en grupo		
6	Primera Presentación Proyecto La presentación del proyecto se desarrollará de acuerdo al programa de la universidad a la hora, salón y día acordados con cada grupo.		
7	El pensamiento de diseño en el mundo de los negocios	Bibliografía: <ul style="list-style-type: none"> Beckman. S, & Barry. M, Innovation as Learning Process: Embedding Design Thinking. Chan y Mauborgne 	Trabajo preparatorio: <ul style="list-style-type: none"> Desarrollo del tema de Design Thinking. Taller de Validación de la idea de negocio

CONTENIDOS DE CONOCIMIENTO			
Sesión	Tema	Bibliografía	Trabajo Preparatorio
		<p>Renee (2005) Blue Ocean Strategy. From theory to Practice.</p> <ul style="list-style-type: none"> • Silverstein, D. (2013) Innovators Toolkit. Introduction, Technique 1: Jobs to be done, and Technique 2: Job Mapping. <p>Bibliografía complementaria:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Hasso Plattner Institute of design at Stanford (2010) Mini Guía del proceso creativo. • Brown Tim (2008) Design Thinking. 	<p>utilizando la metodología de Design Thinking.</p> <ul style="list-style-type: none"> • Desarrollo de la lectura de Blue Ocean. • Taller de Blue Ocean aplicado a la idea de negocio.
8	Generación de la propuesta de Valor	<p>Bibliografía:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Osterwalder, A. (2014) Value proposition Design. Capítulo 1, 2 y 3. 	<p>Trabajo preparatorio:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Desarrollo magistral del tema de propuesta de valor. • Taller de desarrollo de la propuesta de valor.
9	Modelación de negocios mediante la herramienta Canvas – Parte I	<p>Bibliografía:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Osterwalder, A. (2010) Business Model Generation: a handbook for visionaries, games and challenger. Parte 1 el Lienzo y parte 2: Patrones. • Ash Maurya. (2012) Running Lean. Parte1 Road Map. 	<p>Trabajo preparatorio:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Desarrollar la lectura de la creación de un modelo de negocio. • Presentación de ejemplos. • Taller de Canvas bloques lado derecho
10	Modelación de negocios mediante la herramienta Canvas – Parte II	<p>Bibliografía:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Osterwalder, A. (2010) Business Model Generation: 	<p>Trabajo preparatorio:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Presentación por parte de los estudiantes de los

CONTENIDOS DE CONOCIMIENTO			
Sesión	Tema	Bibliografía	Trabajo Preparatorio
		<p>a handbook for visionaries, games and challenger. Parte 1 Lienzo.</p> <ul style="list-style-type: none"> Ash Maurya. (2012) Running Lean. Parte 2 Road Map. 	<p>cinco bloques costado derecho.</p> <ul style="list-style-type: none"> Desarrollo de la lectura patrones de modelo de negocio. Presentación de ejemplos. Taller de CANVAS bloques lado izquierdo
11	Modelación de negocios, prototipado y validación del modelo de negocio	<p>Bibliografía:</p> <ul style="list-style-type: none"> Osterwalder, A. (2010) Business Model Generation: a handbook for visionaries, games and challenger. Parte 1 Lienzo. Ash Maurya. (2012) Running Lean. Parte 3 Product Market Fit. (pag 229-260). 	<p>Trabajo preparatorio:</p> <ul style="list-style-type: none"> Desarrollo de las lecturas de plan de negocio. Taller de desarrollo del entorno competitivo.
12	Plan de Mercadeo y el arte de vender la idea	<p>Bibliografía:</p> <ul style="list-style-type: none"> Blank Steve (2009) The four Steps to the epiphany. Capítulo 5 “the customer Creation” Varela R. (2014) Capitulo 7 Y 9” Innovación Empresarial: arte y ciencia en la creación de empresas. 	<p>Trabajo preparatorio:</p> <ul style="list-style-type: none"> Desarrollo de la lectura de Steve Blank sobre desarrollo de clientes. Desarrollo del plan de investigación del mercado. Taller de análisis de mercado. Desarrollo de la lectura de plan de mercadeo. Desarrollo del plan de mercadeo y sus respectivas estrategias

CONTENIDOS DE CONOCIMIENTO			
Sesión	Tema	Bibliografía	Trabajo Preparatorio
13	SEMANA SANTA		
14	Plan Financiero	Bibliografía: <ul style="list-style-type: none"> Varela R. (2014) Capitulo 7, 8 Y 9” Innovación Empresarial: arte y ciencia en la creación de empresas. 	Trabajo preparatorio: <ul style="list-style-type: none"> Desarrollo de la lectura. Taller de costeo y capital de trabajo. Taller de construcción de los flujos de caja del proyecto. Taller de construcción del plan financiero y de la evaluación económica del proyecto.
15	Segunda Presentación		
	Proyecto La presentación del proyecto se desarrollará de acuerdo al programa de la universidad a la hora, salón y día acordados con cada grupo.		
16	El pitch- el arte de la presentación del modelo de negocio	Bibliografía: <ul style="list-style-type: none"> Lefever, L. (2013). El Arte de Explicar: Como presentar y vender con éxito tus ideas, productos y servicios. 	Trabajo preparatorio: <ul style="list-style-type: none"> Taller de preparación del Pitch.
17	Exposición de Ideas Innovadoras de Emprendimiento y Simulación de Rueda de Negocios		
	La exposición se desarrollará de acuerdo a los lineamientos establecidos para esta actividad		
18	Evaluación del rendimiento		
19	Evaluación del rendimiento		

BIBLIOGRAFÍA

Lecturas de Textos:

- Ash Maurya.(2012) Running Lean. Sebastopol, CA: O'Reilly Media, Inc

BIBLIOGRAFÍA

- Blank Steve (2006) The four Steps to the epiphany. Capítulo 2. The customer development model y Capítulo 4: Customer development K&S Ranch; 2nd Edition.
- Gaynor, G. (2009) Doing Innovation: Creating economic value. Book 1: Perspective on innovation.
- Freire A. (2005) Pasión por emprender. Bogotá: Grupo Editorial Norma,
- Harvard Business Essentials (2007) Cómo crear una empresa exitosa.
- Johnson M. (2010) Seizing the White Space: business model innovation for growth and renewal. Capítulo 2: The four-box business model framework. Boston: Harvard Business Press
- Osterwalder A. (2010) Generación de modelo de negocios. Deusto S.A. Ediciones.
- Osterwalder A. (2015) Diseñando la propuesta de valor. Deusto S.A. Ediciones.
- Schnarch, A. (2009). Desarrollo de nuevos productos y empresa. Ed. McGraw Hill.
- Silverstein, D. (2013) Innovators Toolkit. John Wiley & Sons, Inc., Hoboken, New Jersey.
- Varela R. (2014) Innovación empresarial: arte y ciencia en la creación de empresas. Ed. Pearson, cuarta edición. V
- Alderrama B. (2013) Creatividad inteligente: Guía para convertir ideas en innovación. Ed. Pearson.

Artículos:

- Beckman, S, & Barry, M, Innovation as learning Process: Embedding Design Thinking.
- Brown Tim (2008) Design Thinking. Revista Harvard Business Review America Latina. Boston: Harvard University School Publishing.
- Hasso Plattner Institute of design at Stanford (2010) Mini Guía del proceso creativo. Stanford, California: Institute of design
- Kim Chan y Mauborgne Renee (2005) Blue ocean strategy. From theory to practice. California: Review California management. Vol. 47 N.3.

Enlaces en internet

- Effective Communication Begins with a First Impression (disponible en: http://blogs.hbr.org/cs/2010/08/effective_communication_begins.html)
- How to Perfect an Elevator Pitch About Yourself (disponible en: <http://blogs.hbr.org/dowling/2009/05/how-to-perfect-an-elevator-pit.html>)
- Steve Blank (2009) Someone Stole my Startup Idea. Partes 1,2 y 3. (disponible en:
- <http://steveblank.com/2009/12/03/someone-stole-my-startupidea-%E2%80%93-part-1-are-those-my-initials/>
- <http://steveblank.com/2009/12/07/someone-stole-my-startupidea-%E2%80%93-part-2-they-raised-money-with-my-slides/>
- <http://steveblank.com/2009/12/10/someone-stole-my-startupidea-%E2%80%93-part-3-the-best-defense-is-a-good-strategy/>)