

CON-3: DESARROLLO DE NEGOCIOS

NOMBRE DE LA ASIGNATURA:			
DESARROLLO DE NEGOCIOS			
OBJETIVO GENERAL Y PARTICULARES DE LA ASIGNATURA:			
General: Capacitar al estudiante para identificar, dimensionar y aprovechar oportunidades de mercado mediante la conceptualización, planificación y creación de empresas basadas en tecnología, desarrollando planes de negocios detallados y estratégicos. El curso está dirigido a estudiantes interesados en iniciar su propio negocio, expandir una empresa existente, formar parte de equipos directivos en startups tecnológicas o entender mejor los procesos y dinámicas del emprendimiento tecnológico Particulares: 1. Desarrollar competencias claves como el liderazgo, la gestión, la gestión del cambio, la negociación y la comunicación efectiva, aplicables al emprendimiento de base tecnológica. 2. Asimilar conocimientos teórico-prácticos en áreas clave del desarrollo de negocios tecnológicos, como el análisis de mercado, los modelos de negocio y las estrategias de crecimiento, fomentando la capacidad de profundización independiente entre rubros. 3. Aplicar métodos metodologías y herramientas clave, como el Business Model Canvas, Lean Startup y análisis financiero, para planificar y desarrollar negocios de base tecnológica.			
Duración del ciclo: 24 SESIONES DE 2.5 HORAS	Horas totales con docente: 60 HORAS	Horas totales independientes: 30 HORAS	Instalaciones: AULA, EQUIPO AUDIOVISUAL
CICLO, ÁREA O MÓDULO: OBLIGATORIA		CRÉDITOS: 4	CLAVE: CON-3
TEMAS Y SUBTEMAS:			
1. Introducción. 1.1. Definición de emprendimiento de base tecnológica 1.2. Importancia de la innovación en el desarrollo de negocios 1.3. Ciclo de vida de un negocio tecnológico 2. Análisis del caso de negocios. 2.1. Identificación de oportunidades de mercado 2.2. Evaluación de la viabilidad del producto/servicio 2.3. Análisis competitivo (FODA y las cinco fuerzas de Porter) 3. Nociones de planificación estratégica 3.1. Visión, misión y valores de la empresa 3.2. Objetivos estratégicos y planes de acción 3.3. Herramientas de planificación estratégica (PESTEL, Matriz BCG) 4. Introducción al desarrollo de producto. 4.1. Ciclo de vida del producto 4.2. Innovación y desarrollo de productos tecnológicos 4.3. Metodologías ágiles en el desarrollo de productos (Lean Startup, Design Thinking) 5. Liderazgo y enfoque sistémico. 5.1. Modelos de liderazgo en startups tecnológicas 5.2. Pensamiento sistémico aplicado a la gestión de negocios 5.3. Gestión del cambio en empresas emergentes 6. Estrategias de emprendimiento y figuras jurídicas. 6.1. Tipos de emprendimiento: individual, social, corporativo 6.2. Formas jurídicas de la empresa (S.A., S.L., cooperativas) 6.3. Aspectos legales en la creación de empresas tecnológicas 7. Estructuras organizacionales. 7.1. Diseño organizacional en startups 7.2. Estructuras horizontales y verticales 7.3. Escalabilidad y crecimiento organizacional 8. Introducción al marketing - Inbound Marketing. 8.1. Conceptos básicos de marketing para startups tecnológicas 8.2. Estrategias de Inbound Marketing 8.3. Creación de contenido y atracción de clientes 9. Técnico-comerciales.			

9.1. Desarrollo de propuestas de valor 9.2. Ventas técnicas y generación de leads 9.3. Estrategias de precios y monetización 10. Tópicos de financiamiento. 10.1. Fuentes de financiamiento para startups (capital de riesgo, crowdfunding, bootstrapping) 10.2. Evaluación financiera: ROI, punto de equilibrio 10.3. Presentación de propuestas de inversión 11. Gestión de la operación. 11.1. Gestión de operaciones en startups tecnológicas 11.2. Modelos de producción y escalabilidad 11.3. Optimización de procesos operativos 12. Tópicos de contabilidad y fiscalización. 12.1. Principios básicos de contabilidad para emprendedores 12.2. Gestión financiera y control de presupuestos 12.3. Cumplimiento fiscal y regulatorio 13. Estructuración del modelo de negocio. 13.1. Creación del Business Model Canvas 13.2. Definición de los segmentos de clientes y propuesta de valor 13.3. Estrategias de crecimiento y sostenibilidad del negocio 14. Preparación de un Pitching 14.1. Elementos clave de un pitching exitoso 14.2. Presentación a inversionistas y stakeholders 14.3. Técnicas de comunicación y persuasión
RESULTADOS DEL APRENDIZAJE:
1. El estudiante tendrá un amplio panorama al respecto de los retos que representa el desarrollo de negocios y conocerá los principales procesos y artefactos útiles para el emprendimiento
ACTIVIDADES DE APRENDIZAJE BAJO CONDUCCIÓN DEL DOCENTE:
1. Exposición oral 2. Presentación de los estudiantes 3. Simulaciones en clase 4. Casos de estudio.
ACTIVIDADES DE APRENDIZAJE INDEPENDIENTE:
1. Estudio independiente 2. Desarrollo de prácticas. 3. Trabajos y tareas fuera de clase.
MEDIOS Y CRITERIOS DE EVALUACIÓN:
La calificación final se obtendrá de forma ponderada de la siguiente manera: 30% Exámenes parciales. 30% Examen Final 10% Tareas 15% Reportes de Tareas. 15% Presentación oral y escrita modelo de negocios Escala de evaluación 0 a 10. Mínimo aprobatorio 8.
RECURSOS Y MATERIALES
Una computadora personal por alumno con software de simulación
BIBLIOGRAFÍA
1. Collins, J., Porras, J.I., Empresas que perduran: principios exitosos de compañías triunfadoras. Norma. 1995. 4. Collins, J., Good to great: Why some companies make the leap, and others don't. Harper. 2001 2. Collins., J., Hansen, M.T., Great by choice: uncertainty, chaos, and luck – why some thrive despite them all. Harper. 2011. 6. Treacy, M., Wiersema, F., la disciplina de los líderes del mercado: No trate de ser el mejor en todo, su empresa podría fracasar. Norma. 1995 3. Kimmel W.M., Technology Readiness Level A Complete Guide, 2020 Edition.

4. Toffler, H., Toffler, A., Las guerras del futuro: la supervivencia en el alba del Siglo XXI. Plaza & Janes. 1994. 2. Hamel, G., Lo que importa ahora: Cómo triunfar en un mundo de cambios implacables, competencia feroz e innovación sin barreras. Norma. 2012.
5. Blank, S., Dorf B, The startup owner's manual The Step-by-Step Guide for Building a Great Company, K&S Ranch, Inc. Publishers, 2012.
6. Charan, R., Lafley, A.G., Cambio de juego: cómo impulsar el crecimiento de los ingresos y de las utilidades mediante la innovación. Norma. 2009.
7. Schneider, B., Resilience: cómo construir empresas exitosas en contextos de inestabilidad. Norma
8. Barker, J. A. Paradigmas: el negocio de descubrir el futuro. McGraw Hill. 1995.
9. Prahalad, C.K., Krishnan, M.S., The new age of innovation: Driving co-created value to global networks. McGraw Hill. 2008. 3. Block, P., El manager fortalecido: pautas para desarrollar una conducta autónoma en la empresa. Paidós Empresa. 1991.
10. Manual de observancia de los derechos de propiedad intelectual.
https://www.gob.mx/cms/uploads/attachment/file/94515/MANUAL_PROPIEDAD_INTELLECTUAL_OBSERVANCIA.pdf
11. Friedman, T. L., tradición versus innovación: un análisis esclarecedor, lúcido, objetivo y humano del mundo globalizado. Atlántida. 1999.
12. Almazán, M.A., Real y verdadera historia de los inventos. Panorama. 1983.
13. Godin, S., Liberando los ideavirus: contagie a sus clientes y convierta a sus ideas en una epidemia imparable. Robinbook. 2002.
14. Bello, P., A.F., et al, El reto de la innovación en la empresa industrial: la experiencia uruguaya, un largo camino hacia la competitividad. Granica. 2011.
15. Burgelman, R.A., Sayles, I.R., Inside corporate innovation: strategy, structure and managerial skills. Free Press. 1986.
16. Rosenau, M.D., Innovación: la gerencia en el Desarrollo de nuevos productos. Legis. 1988.
17. Bazaraa, M. S. Programación Lineal y Flujo en Redes. Ed Limusa, 1990.
18. Dantzig, G. B. Linear Programming and Extensions. Princeton University Press 1963.
19. Luenberger, D.E. Programación Lineal y No Lineal. Addison Wesley, SITESA 1989.
20. Murty, Katta G. Linear and Combinatorial Programming John Wiley & Sons. 1976
21. Taha, H. "Investigación de Operaciones", 7ª. Edición, Prentice-Hall. 2004.
22. Lowney, C., El liderazgo al estilo de los jesuitas. Las mejores prácticas de una compañía de 450 años que cambió al mundo. Norma. 2003.
23. Buzan, T. Dottino, T., Israel, R., la inteligencia del líder: técnicas para desarrollar la capacidad creativa e innovadora en la empresa. Deusto. 1999.
24. Management of organizational behavior, Leading Human Resources. Autores: Paul H. Hersey, Kenneth H. Blanchard, Dewey E. Johnson. ISBN-13: 978-0132556408, ISBN-10: 0132556405
25. Osterwalder, A., & Pigneur, Y. (2010). *Business Model Generation*. Wiley.
26. Ries, E. (2011). *The Lean Startup: How Today's Entrepreneurs Use Continuous Innovation to Create Radically Successful Businesses*. Crown Business.
27. Blank, S. (2013). *The Startup Owner's Manual: The Step-by-Step Guide for Building a Great Company*. K&S Ranch.
28. McKinsey & Company (2020). *Strategy Beyond the Hockey Stick: People, Probabilities, and Big Moves to Beat the Odds*. Wiley.
29. Gans, J. (2016). *The Disruption Dilemma*. MIT Press.

REQUISITOS ACADÉMICOS DEL PERSONAL DOCENTE

Se requiere de profesores con estudios de posgrado y experiencia en campo, investigadores dentro del área de afín, interesados en la transmisión de sus experiencias.