

Universidad Autónoma del Estado de México
Facultad de Ciencias Políticas y Sociales
Licenciatura en Gestión de la Información en Redes Sociales,
2017



Programa de estudio de la unidad de aprendizaje:

Proyecto emprendedor

Elaboró: Mtra. en D.S. Silvia Narváez Contreras
M. en Com. Alejandro Cuadros Medina

Fecha de aprobación:	H. Consejo Académico	H. Consejo de Gobierno
	Acta 729	Acta 811
	28 de enero 2021	29 de enero 2021

Facultad de Ciencias Políticas y Sociales





Índice

	Pág.
I. Datos de identificación.	3
II. Presentación del programa de estudios.	4
III. Ubicación de la unidad de aprendizaje en el mapa curricular.	4
IV. Objetivos de la formación profesional.	5
V. Objetivos de la unidad de aprendizaje.	7
VI. Contenidos de la unidad de aprendizaje y su organización.	7
VII. Acervo bibliográfico.	9
VIII. Mapa curricular.	10





I. Datos de identificación

Espacio educativo donde se imparte **Facultad de Ciencias Políticas y Sociales**

Licenciatura **Licenciatura en Gestión de la Información en Redes Sociales**

Unidad de aprendizaje **Proyecto emprendedor** Clave **LGS041**

Carga académica	0	6	6	6
	Horas teóricas	Horas prácticas	Total de horas	Créditos

Período escolar en que se ubica

1	2	3	4	5	6	7	8	9
---	---	---	---	---	---	---	----------	---

Seriación

Ninguna	Ninguna
UA Antecedente	UA Consecuente

Tipo de Unidad de Aprendizaje

Curso	<input type="checkbox"/>	Curso taller	<input type="checkbox"/>
Seminario	<input type="checkbox"/>	Taller	<input checked="" type="checkbox"/>
Laboratorio	<input type="checkbox"/>	Práctica profesional	<input type="checkbox"/>
Otro tipo (especificar)	<input type="text"/>		

Modalidad educativa

Escolarizada. Sistema rígido	<input type="checkbox"/>	No escolarizada. Sistema virtual	<input type="checkbox"/>
Escolarizada. Sistema flexible	<input type="checkbox"/>	No escolarizada. Sistema a distancia	<input type="checkbox"/>
No escolarizada. Sistema abierto	<input type="checkbox"/>	Mixta	<input checked="" type="checkbox"/>





II. Presentación del programa de estudios

El presente programa de la Unidad de Aprendizaje de Proyecto Emprendedor, proporcionará a los estudiantes de la Licenciatura en Gestión de Redes Sociales los conocimientos y habilidades necesarios para idear y poner en marcha su propia empresa, con la finalidad de que los estudiantes desarrollen una idea de negocio, ponerla a prueba con sus prospectos de consumidores y la búsqueda de financiamiento que ayude a fortalecer su plan de negocio.

El estudiante será capaz de desarrollar con cifras reales un modelo de negocio que le permita estar a la altura de todo emprendedor, con la capacidad de utilizar en su diálogo el proceso de negociación con aliados financieros e inversionistas.

Esta Unidad de Aprendizaje, en su estructura que es tipo taller, está diseñada para que el estudiante aprenda haciendo, creando componentes sustanciales en el proceso del emprendedor, donde identificará las necesidades reales del consumidor, validando ideas a través de prototipos y buscar comercialización o ventas con rapidez y eficacia, con ello se entiende que habrá una transformación de estudiante a emprendedor, dando soporte al desarrollo de nuevos negocios dentro de su comunidad.

La Unidad de Aprendizaje de Proyecto Emprendedor, contribuye a la formación profesional del estudiante y le aporta conocimientos y herramientas que le apoyaran en el desarrollo laboral, esta Unidad de Aprendizaje permitirá que apliquen una visión completa en la creación de empresas, área importante en el desarrollo profesional de esta Licenciatura.

III. Ubicación de la unidad de aprendizaje en el mapa curricular

Núcleo de formación: Integral

Área Curricular: Ciencias Económico Administrativas

Carácter de la UA: Obligatoria





IV. Objetivos de la formación profesional

Objetivos del programa educativo:

La Licenciatura en Gestión de la Información en Redes Sociales forma profesionales que contribuyen al progreso social, económico y cultural del país, a través de los siguientes objetivos:

Generales

- Ejercer el diálogo y el respeto como principios de la convivencia con sus semejantes, y apertura al mundo.
- Reconocer la diversidad cultural y disfrutar de sus bienes y valores.
- Convivir con las reglas de comportamiento socialmente aceptables, y contribuir en su evolución.
- Adquirir los valores de cooperación y solidaridad.
- Cuidar su salud y desarrollar armoniosamente su cuerpo; ejercer responsablemente y de manera creativa el tiempo libre.
- Desarrollar la sensibilidad y el arte como base a la creatividad.
- Ampliar su universo cultural para mejorar la comprensión del mundo y del entorno en que vive, para cuidar de la naturaleza y potenciar sus expectativas.
- Participar activamente en su desarrollo académico para acrecentar su capacidad de aprendizaje y evolucionar con autonomía como Licenciado(a) en Gestión de la Información en Redes Sociales.
- Asumir los principios y valores universitarios, y actuar en consecuencia.
- Emplear habilidades lingüístico-comunicativas de inglés como segunda lengua.
- Desarrollar su forma de expresarse, su creatividad, iniciativa y espíritu emprendedor.
- Desarrollar un juicio profesional basado en la responsabilidad, objetividad, credibilidad y justicia.

Particulares

- Crear sistemas de bases de datos mediante algoritmos, modelos matemáticos y modelos de software; para almacenar, recuperar y procesar datos de la sociedad en red.
- Seleccionar métodos y técnicas cualitativas y cuantitativas en el análisis de datos, comprender su significado, procesarlo y convertirlo en información útil para las organizaciones públicas y privadas.



Consejo Académico
PRESIDENCIA



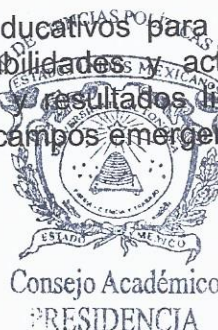
Consejo Académico
SECRETARÍA



- Analizar el marco normativo, la seguridad de las TIC y los delitos cibernéticos, para evaluar decisiones y formular soluciones racionales y éticas sobre el uso, acceso y protección de datos e información de la sociedad en red.
- Analizar datos mediante la selección de principios, métodos y técnicas estadísticas, modelos de inteligencia artificial, minería de datos y teoría de juegos; para localizar patrones, identificar tendencias, necesidades y problemáticas de la sociedad en red.
- Investigar mercados a través de métodos cuantitativos y cualitativos para mejorar o innovar productos tangibles e intangibles e identificar oportunidades de negocio en las organizaciones públicas y privadas.
- Desarrollar habilidades tecnológicas mediante el uso de las tecnologías de la información y comunicación, para operar plataformas digitales y comunidades virtuales de la sociedad en red.
- Crear estrategias discursivas mediante la composición editorial y diseño gráfico, para comunicar información, contenido e imagen de personas, productos tangibles e intangibles, organizaciones públicas y privadas en plataformas y redes sociales digitales.
- Gestionar información en las organizaciones públicas y privadas a través del proceso administrativo, para tomar decisiones estratégicas en los ámbitos de intervención profesional de los sectores primario, secundario y terciario.
- Seleccionar los canales y medios de comunicación para difundir información, promover la identidad, imagen y reputación de personas y organizaciones; así como comercializar productos tangibles e intangibles vía *internet*.
- Colaborar en la formulación de políticas, legislación y lineamientos en torno al acceso, uso y protección de datos e información, para personas y organizaciones públicas y privadas.
- Administrar sistemas de información en plataformas tecnológicas y redes sociales digitales, respetando las políticas, legislación y lineamientos sobre el uso, acceso y protección de datos e información.
- Proponer información para la toma de decisiones en el desarrollo de políticas públicas, para atender necesidades y resolver problemas en materia de planeación y desarrollo urbano, demográfico, educativo, salud, trabajo, seguridad social, vivienda, entre otros.

Objetivos del núcleo de formación:

Proveerá al alumno de escenarios educativos para la integración, aplicación y desarrollo de los conocimientos, habilidades y actitudes que le permitan el desempeño de las funciones, tareas y resultados ligados a las dimensiones y ámbitos de intervención profesional o campos emergentes de la misma.





Comprenderá aprendizajes sobre métodos y técnicas especializadas, y capacidades para desarrollar la autonomía profesional y el desempeño aceptable en el campo laboral.

Objetivos del área curricular o disciplinaria:

Analizar las teorías, métodos, técnicas y procesos y modelos de gestión, para formular, implementar y evaluar decisiones estratégicas que permitan a las organizaciones públicas y privadas alcanzar sus objetivos y orientar su futuro.

Crear sistemas de gestión eficientes y eficaces, a través de tecnologías de información y comunicación, para la toma de decisiones en la venta y distribución de productos tangibles de la sociedad en red.

Analizar el proceso de mercadotecnia empleando métodos, técnicas y herramientas cualitativas y cuantitativas, para gestionar estratégicamente información en las organizaciones públicas y privadas que den solución a las necesidades y problemas de la sociedad en red.

V. Objetivos de la unidad de aprendizaje

Diseñar un proyecto emprendedor de gestión estratégica de la información, mediante la integración de teorías, métodos, técnicas y herramientas, así como la asignación de recursos para solucionar problemas y satisfacer necesidades sociales.

VI. Contenidos de la unidad de aprendizaje y su organización.

Unidad 1. Fundamentos del emprendimiento y sus problemas

Objetivo: Analizar el espacio de emplearse y auto emplearse, mediante el proceso del emprendimiento para conocer e identificar áreas oportunas de negocio y emprendimiento.

Temas:

- 1.1. Analizar el sistema de emplearse y auto emplearse.
- 1.2. Aspectos conceptuales del emprendimiento.
- 1.3. Qué es el pensamiento creativo.
- 1.4. Proceso creativo: de la creatividad a la innovación.
- 1.5. Ideas de negocio y emprendimiento.
- 1.6. Identificación de oportunidades: el filtrado de ideas y problemas.





Unidad 2. Entendiendo al cliente y el diseño de modelo de negocio.

Objetivo: Analizar la importancia que los clientes tienen dentro de un proyecto emprendedor, a través de su identificación como resultado del estudio de mercado para definir el modelo de negocio y segmentación del mercado.

Temas:

- 2.1. ¿Por qué se debe de entender a los clientes?
- 2.2. Cómo desarrollar un estudio de mercado.
- 2.3. Identificar a clientes objetivos.
- 2.4. Qué es un modelo de negocio y su redacción.
- 2.5. Segmentación de mercado y definición de prioridades.
- 2.6. *Lean Startup* y *Lean Canvas*.

Unidad 3. Planeación y evaluación del emprendedor.

Objetivo: Crear una marca con su identidad, mediante los aspectos legales, financieros y fiscales para desarrollar un plan de negocio, financiero y de comercialización y considerar su propuesta de valor.

Temas:

- 3.1. Diseño de marca y creación de identidad.
- 3.2. Roles y dirección del proyecto.
- 3.3. Aspectos legales, financieros, económicos y fiscales.
- 3.4. Integración de un plan de negocio.
- 3.5. Plan de financiero y plan de comercialización.
- 3.6. Pasos para el desarrollo del *Elevator Pitch*.
- 3.7. Aspectos a considerar sobre la Propuesta de Valor.





VII. Acervo bibliográfico.

Básico:

Aguilar Anaya, María de los Ángeles, Briseño Aguirre, N., Velázquez Rojas, K., Hernández Rojas, W. (2015). *Generación de ideas de negocio*. México: Facultad de Contaduría y Administración, UNAM.

Aguilar, Joshua A. (2014). *Diario Emprendedor*. México: Prisa Ediciones.

Chiavenato, Idalberto y Sapiro, A. (2015). *Planeación estratégica. Fundamentos y aplicaciones*. México: McGraw Hill.

Foster, Jack. (1999). *Cómo generar ideas*. Colombia: Editorial Norma.

Freire, Andy. (2011). *Pasión por emprender*. México: Prisa Ediciones.

Campillo, Casimiro. (2015). *Programa de creación y desarrollo de empresas*. España: Ministerio del Trabajo y Asuntos Sociales.

Trías de Bes, Fernando. (2007). *El libro negro del emprendedor: No digas que nunca te lo advertieron*. España: Empresa Activa.

Osterwalder, Álex y Pigneur, Y. (2010). *Generación de modelos de negocio*. España: Deusto S.A. Ediciones.

Ries, Eric. (2012). *El método Lean Startup*. España: Deusto S.A. Ediciones.

Manzanera, Antonio. (2010). *Finanzas para emprendedores*. España: Deusto S.A. Ediciones.

Complementario:

<https://www.elfinanciero.com.mx/economia/por-que-en-mexico-se-registran-pocas-patentes>

<https://www.gob.mx/se/articulos/que-es-una-patente-y-en-donde-tramitarla>

Universidad Veracruzana. *Clasificación de los Costos*. Material de estudio. De www.uv.mx Base de datos.

<https://www.sat.gob.mx/consulta/55107/conoce-el-regimen-de-incorporacion-fiscal>

<https://www.gob.mx/tuempresa/articulos/crea-tu-sociedad-por-acciones>

<https://www.gob.mx/impi>

Chan Kim, W. y Mauborgne, René. (2005). *La estrategia del océano azul*. España: Verticales de bolsillo.





DISTRIBUCIÓN DE LAS UNIDADES DE APRENDIZAJE OPTATIVAS

	PERIODO 1	PERIODO 2	PERIODO 3	PERIODO 4	PERIODO 5	PERIODO 6	PERIODO 7	PERIODO 8	PERIODO 9
PSICOLOGÍA DE LA INTELIGENCIA								1	1
HT: Horas Teóricas								3	3
HP: Horas Prácticas								2	2
TH: Total de Horas								5	5
CR: Créditos								4	4
ESTADÍSTICA								1	1
HT: Horas Teóricas								3	3
HP: Horas Prácticas								4	4
TH: Total de Horas								7	7
CR: Créditos								5	5
BAUTISMO								1	1
HT: Horas Teóricas								3	3
HP: Horas Prácticas								4	4
TH: Total de Horas								7	7
CR: Créditos								5	5
TÉCNICAS DE INVESTIGACIÓN								1	1
HT: Horas Teóricas								3	3
HP: Horas Prácticas								4	4
TH: Total de Horas								7	7
CR: Créditos								5	5
SOCIOLOGÍA								1	1
HT: Horas Teóricas								3	3
HP: Horas Prácticas								4	4
TH: Total de Horas								7	7
CR: Créditos								5	5
WEB DESIGN								1	1
HT: Horas Teóricas								3	3
HP: Horas Prácticas								4	4
TH: Total de Horas								7	7
CR: Créditos								5	5

SIMBOLOGÍA		PARAMETROS DEL PLAN DE ESTUDIOS	
Unidad de aprendizaje	HT: Horas Teóricas HP: Horas Prácticas TH: Total de Horas CR: Créditos	Núcleo Básico Obligatorio	Total del Núcleo Básico: acreditar 16 UA para cubrir 116 créditos
*Actividades académicas		Núcleo Sustantivo Obligatorio: cursar y acreditar 22 UA	Total del Núcleo Sustantivo: acreditar 22 UA para cubrir 139 créditos
**Las horas de la actividad académica. Créditos a cursar por periodo escolar. Mínimo 21 y máximo 40. 13 líneas de rotación		Núcleo Integral Obligatorio: cursar y acreditar 12 UA	Total del Núcleo Integral: acreditar 15 UA + 2* para cubrir 126 créditos
‡ UA que debe impartirse, cursarse y acreditarse en la modalidad educativa escalarizada		Núcleo Integral Optativo: cursar y acreditar 3 UA	
§ Obligatorio Núcleo Básico			
¶ Obligatorio Núcleo Sustantivo			
Obligatorio Núcleo Integral			
□ Optativo Núcleo Integral			

TOTAL DEL PLAN DE ESTUDIOS	
UA Obligatorias	60 + 2 Actividades académicas
UA Optativas	3
UA a acreditar	63 + 2 Actividades académicas
Créditos	381

