



PROGRAMA DE ASIGNATURA

Nombre del curso	Innovación y Emprendimiento												
Descripción del curso	Código: 11348	Tipo: Asignatura electiva	Horas presenciales semanales TEL: 4-0-0 Créditos SCT-Chile: 10										
Objetivos	<p>Objetivo general: La innovación y el emprendimiento empresarial tienen su punto de partida en la identificación de oportunidades. Es por ello que la identificación de oportunidades es el motor que alienta la creación de nuevas empresas y el crecimiento de las ya existentes. Aunque no todas las personas tienen la misma capacidad para identificar oportunidades, la mayoría posee la potencialidad para desarrollarla. El Taller de Identificación de Oportunidades para la Innovación y el Emprendimiento tiene como propósito principal estimular en los participantes el desarrollo de la capacidad de visualizar y desarrollar oportunidades atractivas desde el punto de vista de negocios.</p> <p>Objetivos específicos: En forma específica el curso busca que los participantes reflexionen sobre temáticas de sus ámbitos de investigación desde una perspectiva comercial aplicada. Además el curso busca que los estudiantes desarrollen las habilidades tanto para identificar necesidades como para proponer soluciones que satisfagan dichas necesidades.</p>												
Contenidos	<p>UNIDAD I: Fundamentos teóricos y conceptuales del curso</p> <ul style="list-style-type: none"> • Creatividad • Innovación • Generación de Ideas • Oportunidades de Negocios • Emprendimiento • Emprendimiento Corporativo <p>UNIDAD II: Desarrollo de la capacidad creativa</p> <ul style="list-style-type: none"> • Barreras a la creatividad • Fuentes de generación de Ideas • Utilización y reinterpretación de la información <p>UNIDAD III: Desarrollo de la capacidad de Identificación de oportunidades</p> <ul style="list-style-type: none"> • Identificando problemas • Evaluando el entorno • Definiendo soluciones • Definiendo la lógica de negocios <p>UNIDAD IV: Presentación efectiva de Ideas</p> <ul style="list-style-type: none"> • Definiendo la información clave a transmitir • Moldeando el mensaje • El discurso de ascensor 												
Modalidad de evaluación	<p>La calificación final del curso será el promedio ponderado de las siguientes evaluaciones:</p> <table border="1"> <thead> <tr> <th>Tipo de Evaluación</th> <th>Porcentaje</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td>Trabajo de Aplicación</td> <td>60%</td> </tr> <tr> <td>Reportes de Innovación</td> <td>30%</td> </tr> <tr> <td>Reportes de Aprendizaje</td> <td>10%</td> </tr> <tr> <td>Total</td> <td>100%</td> </tr> </tbody> </table> <p>Se requiere una asistencia mínima del 75% para aprobar el curso.</p>			Tipo de Evaluación	Porcentaje	Trabajo de Aplicación	60%	Reportes de Innovación	30%	Reportes de Aprendizaje	10%	Total	100%
Tipo de Evaluación	Porcentaje												
Trabajo de Aplicación	60%												
Reportes de Innovación	30%												
Reportes de Aprendizaje	10%												
Total	100%												
Bibliografía	<p>Básica:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Barringer, y Ireland. (2006). <i>Entrepreneurship Successfully Launching New Ventures</i>. pp. 50-68. • Chesbrough. (2008). <i>El Modelo de Negocios</i>. <p>Recomendada:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Shane, y Venkataraman. (2000). <i>The Promise of Entrepreneurship as a field of Research</i>. • Johnson, E., y Nair. 2011. <i>New Business Models in Emerging Markets</i>. • Lumsdaine-Binks. (2005). <i>Entrepreneurship, Creativity and Effective Problem Solving</i>. pp. 175-182. 												

- | | |
|--|---|
| | <ul style="list-style-type: none">• Muñoz. (2010). <i>¿De qué hablamos cuando hablamos de oportunidades?</i>• Prahalad, y Mashelkar. (2010). <i>Innovation's Holy Grail</i>.• Stevenson, y Gumpert (1985). <i>The heart of entrepreneurship</i>.• Ward. (2004). <i>Cognition, Creativity and Entrepreneurship</i>. |
|--|---|