



Universidad  
del Cauca

Programa de

# Diseño Gráfico

Departamento de Diseño - Facultad de Artes  
MicroCurrículo Proyecto Empresarial 1

Denominación del Curso		Período Académico
Proyecto Empresarial 1		2022-1
Profesora Responsable		E-mail
Isabel Duque Botero		<a href="mailto:isabelduque@unicauca.edu.co">isabelduque@unicauca.edu.co</a>
Carácter	Prerrequisitos	Modalidad
Obligatorio		Presencial
Créditos	Horas Presenciales (Intensidad H/S)	Horas de Trabajo Autónomo
2	3	3

## CONTEXTUALIZACIÓN DEL CURSO

Los cursos de Proyecto Empresarial conforman el componente de gestión del pensum del programa de Diseño Gráfico. Se divide en dos asignaturas, Proyecto Empresarial 1 y Proyecto Empresarial 2. Dichas asignaturas son consecutivas y se enfocan en fomentar en los estudiantes el desarrollo de las competencias, habilidades y actitudes que todo emprendedor debe tener para poder diseñar, gestionar y desarrollar emprendimientos exitosos.

Como resultado final, el curso de Proyecto Empresarial 1 pretende dejar planteadas las bases conceptuales de las unidades de emprendimiento de los estudiantes, para su posterior planificación estratégica y desarrollo durante la clase Proyecto Empresarial 2.

## OBJETIVOS

### Objetivo General

Aportar a los estudiantes de Diseño Gráfico de la Universidad del Cauca elementos teórico-prácticos para orientarlos e incentivar su formación como emprendedores, quienes desde una mirada analítica y crítica del entorno, identifiquen necesidades y/u oportunidades y mediante un proceso creativo y estratégico sean capaces de planear, dirigir y sacar adelante unidades de emprendimiento sostenibles, auto-sustentables e innovadoras que generen beneficios tanto para sí mismos como para sus entornos.

### Objetivos Específicos

1. Fomentar el autoaprendizaje mediante la investigación y el análisis de casos empresariales.
2. Incentivar actitudes de emprendimiento que les permita a los estudiantes proponer y generar dinámicas empresariales innovadoras.
3. Promover una actitud crítica y propositiva del entorno, que vincule su papel como diseñadores y como personas, con la construcción de su sociedad.
4. Brindar elementos básicos conceptuales y herramientas prácticas para la formulación de modelos de negocios.

5. Recaltar la importancia de la planificación y preparación requerida para emprender cualquier proyecto de manera exitosa y perdurable.

## CONTENIDO: NÚCLEOS TEMÁTICOS

Los contenidos de este curso están organizados según los siguientes núcleos temáticos:

1. **Sensibilización al Emprendimiento:** Este núcleo comienza con unas jornadas de sensibilización al emprendimiento en las cuales se da una breve introducción al panorama actual del mundo empresarial y del emprendimiento. Una de las actividades más importantes de este núcleo son los estudios de caso que los estudiantes realizan y exponen ante todos, iniciando así con un amplio repertorio de referentes de diversos tipos que puedan servir de inspiración. En esta unidad se trabaja además el tema del desarrollo con el objetivo de generar conciencia en los estudiantes sobre el rol que como diseñadores gráficos deben asumir y su compromiso con la sociedad.
2. **Identificación de oportunidades e ideación:** Este núcleo está vinculado directamente con el de sensibilización en donde se recopilan elementos teóricos y de casos de estudio que permiten al estudiante pensar el mundo existente en relación con el mundo deseado. De esta manera, en este núcleo se realizan talleres de creatividad empresarial enfocados en generar ideas sobre lo que hace falta para hacer del mundo deseado una realidad. Con base en esto, se trabaja con los estudiantes en la identificación de oportunidades de emprendimiento dentro de sus áreas de interés y se seleccionan aquellas que cuenten con un alto potencial de pertinencia, innovación y de éxito. Una vez seleccionados los proyectos que se trabajarán a lo largo del curso, se procede con la conceptualización de los modelos de negocios (Necesidad, producto/servicio, segmentos de mercado, propuesta diferenciadora, entre otros.)
3. **Contextualización:** Los estudiantes deberán identificar y caracterizar el tipo de industria y el mercado en los que se enmarcan los proyectos de emprendimiento seleccionados. Para esto se debe realizar una búsqueda inicial mediante fuentes secundarias principalmente, sobre todo lo correspondiente al sector y posteriormente se debe realizar un acercamiento a los segmentos de mercado, que les permita no solo conocerlos sino además realizar un testeo y ajustes del planteamiento del modelo de negocio inicial del proyecto de emprendimiento.

## COMPETENCIAS POR DESARROLLAR

Las competencias que se deben desarrollar en este curso son: Proyectar, Gestionar, Contextualizar, Impacto Social y Responsabilidad Profesional.

Estas competencias, desde la perspectiva de este curso, se desarrollan según se indica a continuación:

- **Proyectar:** competencia para plantear soluciones y planes de acción que respondan a las necesidades identificadas en el contexto, que sean coherentes con los recursos y las limitantes que se tienen y que de manera proactiva se formulen de manera responsable y sustentable en el tiempo.
- **Gestionar:** competencia para lograr con eficacia y eficiencia los objetivos planteados mediante la adecuada administración de recursos propios del ejercicio profesional tales como humanos, tecnológicos, económicos, tiempos, contactos, entre otros.
- **Contextualizar:** competencia para reconocer e interpretar el contexto en el que se encuentra inmerso el proyecto de emprendimiento identificando necesidades, problemas, preferencias, oportunidades y demás, que justifiquen la toma de decisiones.
- **Impacto Social:** competencia para generar propuestas acorde a las necesidades y particularidades del contexto de manera responsable, ética y solidaria con el entorno, para que actuando como ciudadanos responsables aporten al beneficio de la sociedad.
- **Responsabilidad Profesional:** competencia para interactuar con el entorno social y el medio ambiente de manera responsable, crítica y ética.

Núcleos Temáticos y Competencias					
	Proy ecta r	Ge sti onar	Co nte xtu ali za ción	Im pa cto So cia l	Re sp on sa bili da d Pr ofe sio nal
<b>Convenciones:</b> <b>A:</b> Nivel de Desarrollo Alto <b>M:</b> Nivel de Desarrollo Medio <b>B:</b> Nivel de Desarrollo Bajo <b>N/A:</b> No Aplica	<b>COMPETENCIAS</b>				
<b>Núcleo 1: Sensibilización al Emprendimiento</b>	N/A	N/A	B	B	A
<b>Núcleo 2: Identificación de oportunidades e ideación</b>	M	M	M	B	A
<b>Núcleo 3: Contextualización</b>	A	M	A	B	A

ESTRATEGIAS PEDAGÓGICAS DEL CURSO
<p><b>Metodología y recursos</b></p> <p>El curso tendrá un enfoque práctico. Se implementará la metodología de Aprendizaje Activo en donde los estudiantes se verán involucrados con el desarrollo del curso de manera muy dinámica. Se procurará adaptar los contenidos a las necesidades y preferencias de los estudiantes, buscando siempre que éstos sean de utilidad para sus vidas y para su proceso de aprendizaje.</p> <p>Se iniciará con un plan de contenidos tentativo que propone una temática para cada sesión de clase enmarcada dentro de los distintos núcleos temáticos. Este plan de contenidos será flexible y se irá ajustando dependiendo del nivel de desarrollo que se alcance a lo largo del semestre y dependiendo también de las particularidades e intereses demostrados por los estudiantes. El contenido temático de cada sesión determinará los recursos, metodologías y herramientas que se trabajarán cada semana, así como también el trabajo autónomo. Los contenidos se han estructurado de tal manera que le permite a cada estudiante ir consolidando su proyecto de curso.</p> <p>Se utilizará la plataforma de Google Classroom para gestionar los materiales de referencia, la asignación de tareas y publicación de fichas guía para las evaluaciones.</p>

Criterios de evaluación y calificación
<p>70% Inicial:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>● <b>Entrega 1 – Casos de Estudio:</b> los estudiantes deberán realizar una exposición de 15 minutos sobre casos empresariales. Los jurados serán los estudiantes y la profesora quienes deberán llenar un formulario de co-evaluación calificando de 0 a 5 los siguientes criterios: Pertinencia, calidad de la exposición y aporte de nuevos conocimientos. Esta actividad representará el <b>20%</b> de la nota del 70% inicial.</li> <li>● <b>Entrega 2 – Modelo de Negocio:</b> en esta entrega se utilizará el modelo CANVAS DEL MODELO DE NEGOCIO para presentar la idea de emprendimiento. Los estudiantes deberán presentar el esquema y un documento anexo con la descripción de cada uno de los elementos que lo componen en formato PDF y deberán socializar el trabajo en clase. Los jurados serán los estudiantes y la profesora quienes deberán llenar un formulario de co-evaluación. La propuesta debe ser humanamente deseable, técnicamente viable y económicamente rentable. Esta actividad representará el <b>40%</b> de la nota del 70% inicial.</li> </ul>

- **Entrega 3 – Propuesta de Valor:** para esta entrega se realizará un primer acercamiento a clientes potenciales (investigación de mercados) con el fin de validar la propuesta de valor definida, se utilizará el modelo CANVAS DE LA PROPUESTA DE VALOR para presentar los resultados de la investigación. Se deberá entregar un documento PDF con la propuesta de valor y los resultados de la investigación realizada siguiendo las instrucciones presentadas en la ficha guía de la entrega.  
Esta actividad representará el **40%** de la nota del 70% inicial.

30% Final:

- **Entrega 4 – Análisis del Sector:** para el trabajo final los estudiantes deberán realizar una investigación que les permita identificar y conocer el sector en el cual se enmarcará su emprendimiento. Esta entrega se realizará mediante archivo PDF siguiendo las instrucciones de la ficha guía de la entrega y será evaluada por la profesora. Representará el **100%** de la nota del 30% final.

## BIBLIOGRAFÍA

- Alexander Osterwalder e Yves Pigneur. **Generación de modelos de negocio**. Primera edición en libro electrónico. Centro Libros PAPP, S. L. U., 2011
- Tim Clarck, Alexander Osterwalder e Yves Pigneur. **Tu modelo de negocio**. Tercera edición (2018) . Editorial Planeta Colombia S. A.
- Alexander Osterwalder, Yves Pigneur, Alan Smith, Greg Bernarda y Patricia Papadakis. **Diseñando la propuesta de valor**. Deusto, 2014
- LAMBIN, JEAN-JACQUES. **Marketing Estratégico**. Tercera edición en español. Mc Graw Hill/Madrid.
- SERRANO, Manuel y BLÁZQUEZ, Pilar. **Design Thinking, Lidera el Presente. Crea el Futuro**. Escic editorial.
- MOOTE, Idris. **Design Thinking para la Innovación Estratégica**. Ediciones Urano, S.A.U.
- MUNARI, Bruno. **¿Cómo nacen los Objetos? Apuntes para una Metodología Proyectual**. GG Diseño.
- SCHMIDT Eric; ROSENBERG Jonathan. **Cómo Trabaja Google**. Primera edición. Aguilar.
- BYTHEWAY Charles. **Creatividad e Innovación**. Primera edición. Panamericana.
- SERRANO Manuel; BLAZQUEZ Pilar. **Design Thinking Lidera El Presente Crea El Futuro**. Primera edición. ESIC Editorial.
- THOMPSON, A; PETERAF, M; GAMBLE, J; STRICKLAND, A.. **Administración Estratégica**. Decimoctava edición. McGRAW-HILL/INTERAMERICANA EDITORES, S.A. DE C.V.
- MURCIA, Héctor. **Creatividad e innovación para el desarrollo empresarial**. Segunda edición. Bogotá: Ediciones de la U.
- KIYOSAKI, Robert T. **Padre Rico, Padre Pobre**. Penguin Random House Grupo Editorial, S.A.S.
- ALCARAZ, Rafael. **El emprendedor de éxito**. Cuarta edición. Mc Graw Hill/Interamericana editores, S.A. de C.V.
- SALLÉS, Luis. **Condenados a entenderse. El proyecto es la razón de nuestra existencia**.  
<http://www.condenadosaentenderse.com/>
- BECERRA, Paulina y CERVINI, Analía. **En torno al producto. Diseño estratégico e innovación PYME en la ciudad de Buenos Aires**. Centro Metropolitano de Diseño. Buenos Aires.  
<http://www.buenosaires.gob.ar/centro-metropolitano-de-diseno/publicaciones>
- ESCRIBANO, Gonzalo. **Gobernanza, pobreza y ayuda al desarrollo**. Informe preparado para la Oficina de Planificación y Evaluación. Madrid. Ministerio de Asuntos Exteriores.
- EDO, María y GRAZIANO, Ricardo. **AMARTYA SEN Y EL DESARROLLO COMO LIBERTAD. La viabilidad de una alternativa a las estrategias de promoción del desarrollo**. Universidad Torcuato di Tella.

## OTROS RECURSOS

- Podcast “De qué tiene hambre tu vida” <https://www.dequetienehambretuvida.com/>
- Podcast “Disruptivo” <https://disruptivo.tv/podcast/>
- Podcast “Marketing para llevar” <https://open.spotify.com/show/3YqWW7nkg4qN1P239HuGI8>
- Podcast “Finanzas y Café”  
<https://open.spotify.com/show/2EKVfaBrbktckJ887my1mg?si=96836df3f3664535>
- Podcast “Emprendedores”  
<https://open.spotify.com/show/6rOWpOXqFI9duQ43v1SsLz?si=fbe356d19ffe4fdd>
- Charla Ted - Juan del Cerro: “El peor emprendedor del mundo”  
<https://www.youtube.com/watch?v=11IGiQVM018&list=PLMg1VidSljmZIYrfGFcBKXDvrzUbC9LEs&index=4&t=0s>
- Conferencia virtual, Business Camp Online 2020 - Marcelo Darnay: “Ser Una Marca Salvará tu Negocio”  
<https://www.youtube.com/watch?v=5dgDjK6FZxI&list=PLMg1VidSljmZIYrfGFcBKXDvrzUbC9LEs&index=2&t=1s>
- Conferencia virtual, Business Camp Online 2020 - Liz Hernández: “Marcas con propósito: ¿Cuál es tu historia?”  
[https://www.youtube.com/watch?v=RURFtQ\\_eTDg&list=PLMg1VidSljmZIYrfGFcBKXDvrzUbC9LEs&index=3&t=0s](https://www.youtube.com/watch?v=RURFtQ_eTDg&list=PLMg1VidSljmZIYrfGFcBKXDvrzUbC9LEs&index=3&t=0s)
- <http://www.gerencie.com/>
- <http://www.soyentrepreneur.com/>
- <http://www.entrepreneur.com/>