



Universidad
del Cauca

Programa de

Diseño Gráfico

Departamento de Diseño - Facultad de Artes
MicroCurrículo Proyecto Empresarial 2

Denominación del Curso		Período Académico
Proyecto Empresarial 2		2022-1
Profesor Responsable		E-mail
Isabel Duque Botero		isabelduque@unicauca.edu.co
Carácter	Prerrequisitos	Modalidad
Obligatorio	Proyecto Empresarial 2	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, aptitudes y actitudes que todo emprendedor debe tener para poder diseñar, gestionar y desarrollar emprendimientos exitosos.

Durante el curso de Proyecto Empresarial 2 los estudiantes aprenderán a tomar las decisiones necesarias para poner en marcha sus emprendimientos y desarrollarán sus respectivos planes de negocio para lo cual, durante las clases se hará especial énfasis en los componentes estratégicos, operativos, de producción, de planeación y de gestión contable y financiera.

OBJETIVOS

Objetivo General

Proyecto Empresarial 2 busca 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 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 la investigación como parte esencial en la planificación de cualquier emprendimiento mediante la apropiación de herramientas prácticas replicables en diferentes tipo de proyectos.
2. Facilitar la creación de estrategias que sirvan de cimientos para la creación de emprendimientos con gran potencial de éxito.
3. Ayudar a la definición de los procesos operativos y de producción de cada emprendimiento, que permitan tener un panorama claro sobre los recursos que serán necesarios para su puesta en marcha.

4. Familiarizar a los estudiantes con las dinámicas y conceptos de formalización y constitución empresarial.
5. Brindar las bases teóricas necesarias para poder desarrollar un análisis financiero, que permita a los estudiantes visualizar los requerimientos presupuestales y los beneficios que se pueden esperar durante los primeros años del proyecto.
6. 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. **Marketing Estratégico:** El campo del marketing es un campo administrativo y estratégico amplio de vital importancia para el emprendimiento y las empresas. Por esta razón se dedicará gran parte del curso al desarrollo de este núcleo temático. Para comenzar con elementos de **marketing estratégico**, los estudiantes partirán del análisis del contexto planteado en el curso anterior y utilizarán herramientas de diagnóstico con lo cual podrán empezar a plantear estrategias organizacionales, de posicionamiento y de diferenciación.
2. **Marketing Operativo:** Con el planteamiento estratégico realizado los estudiantes podrán entrar a trabajar con elementos de **marketing operativo**, en donde tomarán decisiones referentes al marketing mix: producto, precio, promoción y distribución que en este caso trabajaremos mediante el esquema del *Sistema Producto*. En este núcleo, se trabajará también todo lo relacionado con la estructura organizacional. Este trabajo les permitirá tener un panorama de los recursos necesarios para lograr los objetivos estratégicos propuestos, lo que servirá de base para el siguiente núcleo, en donde tendrán que realizar un análisis de los costos que todo esto conlleva.
3. **Análisis y planificación financiera:** este núcleo iniciará con unas clases básicas de manejo de hojas de cálculo de google. Se impartirán conceptos básicos sobre finanzas necesarios para todo emprendedor a la hora de estimar ingresos, egresos y beneficios. Se darán elementos a los estudiantes para que puedan argumentar sus ideas de negocios ante cualquier posible socio o inversionista.

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			
Convenciones: A: Nivel de Desarrollo Alto M: Nivel de Desarrollo Medio B: Nivel de Desarrollo Bajo N/A: No Aplica	Núcleo T. 1 Marketing Estratégico	Núcleo T. 2 Marketing Operativo	Núcleo T. 3 Análisis y planificación financiera
COMPETENCIAS			
Proyectar	A	A	A
Gestionar	B	A	A
Contextualizar	A	M	M
Impacto Social	M	A	B
Responsabilidad Social	A	A	A

ESTRATEGIAS PEDAGÓGICAS DEL CURSO
<p>Metodología y recursos</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>El curso está dividido en tres módulos que terminan con una entrega cada uno. Los módulos y las entregas se explican a continuación:</p> <p>70% Inicial:</p> <ul style="list-style-type: none"> ● Entrega 1 – MÓDULO DE MARKETING ESTRATÉGICO Para esta entrega los estudiantes deberán entregar los análisis realizados a los factores internos y externos, así como el plan estratégico de la unidad de emprendimiento. Esta actividad representará el 50% de la nota del 70% inicial. ● Entrega 2 – MÓDULO DE MARKETING OPERACIONAL Para esta entrega se utilizará como guía el modelo IMDI del libro “En torno al producto”, los estudiantes deberán diseñar el sistema producto de sus proyectos, que incluye los escenarios <i>material, de transformación, de comunicación y de consumo</i>. Esta actividad representará el 50% de la nota del 70% inicial. <p>30% Final:</p> <ul style="list-style-type: none"> ● Entrega Final – MÓDULO DE FINANZAS Los estudiantes deberán hacer un análisis costo beneficio de sus productos o servicios y deberán entregar la proyección de ventas y los requerimientos operativos y de producción, así como también

los costos administrativos y de personal que se prevén para el funcionamiento de la unidad de emprendimiento.

Esta entrega 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 Papadakos. **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 Estratégia**. 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/3YqWW7nkq4qN1P239HuG18>
- 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=11GiQVM018&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=5dgDjK6FZxl&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
- <http://www.gerencia.com/>

- <http://www.soyentrepreneur.com/>
- <http://www.entrepreneur.com/>