



UNIVERSIDAD NACIONAL AUTÓNOMA DE MÉXICO
Escuela Nacional de Estudios Superiores Unidad Juriquilla



Plan de Estudios de la
Licenciatura en Órtesis y Prótesis

Programa
Emprendimiento

Clave	Semestre 9	Créditos 6	Duración	16 semanas			
			Área de conocimiento	Ciencias Sociales y Humanidades			
			Etapas de formación	Avanzada			
Modalidad	Curso (X) Taller () Lab () Sem ()			Tipo	T () P () T/P (X)		
Carácter	Obligatorio (X) Optativo ()		Horas				
	Obligatorio E () Optativo E ()						
			Semana		Semestre		
			Teóricas	2	Teóricas	32	
			Prácticas	2	Prácticas	32	
			Total	4	Total	64	

Seriación

Ninguna (X)

Obligatoria ()

Asignatura antecedente	
Asignatura consecuente	
Indicativa ()	
Asignatura antecedente	
Asignatura consecuente	

Objetivo general:

Desarrollar en el alumno el potencial emprendedor a través de la adquisición de habilidades que le permitan concebir, identificar, evaluar y seleccionar oportunidades basadas en la innovación y/o la tecnología.

Objetivos específicos:

1. Reconocer los elementos implícitos en la motivación para el logro de los objetivos del trabajo en equipo.
2. Identificar los principios básicos de la innovación y la creatividad como estrategias de emprendimiento y responsabilidad social en el entorno.
3. Establecer las características principales de un buen emprendedor en un contexto local, nacional e internacional.
4. Establecer los elementos fundamentales para la creación de nuevos productos y su patente, así como la incubación de negocios en México.

Índice temático

	Tema	Horas Semestre	
		Teóricas	Prácticas
1	Motivación.	4	0
2	Creatividad e innovación.	4	4

3	Liderazgo	4	4
4	Generación de equipos creativos.	6	8
5	Cultura emprendedora.	4	8
6	Emprendimiento y creación de organizaciones.	6	6
7	“Neuromarketing” y “neuroeconomics”	4	2
Subtotal		32	32
Total		64	
Contenido Temático			
Tema	Subtemas		
1	Motivación 1.1 Teorías de la motivación. 1.2 Etapa de formación motivacional. 1.3 Motivación y rendimiento. 1.4 De la motivación a la gestión.		
2	Creatividad e innovación 2.1 Innovación y su contexto. 2.1.1 Industria. 2.1.2 Tecnología. 2.2 Creatividad, innovación y sustentabilidad. 2.3 Estrategia e innovación. 2.4 Responsabilidad social.		
3	Liderazgo 3.1 Teorías del liderazgo. 3.2 Poder, autoridad y política en el liderazgo. 3.3 Liderazgo de cultura, ética y diversidad. 3.4 Liderazgo en la crisis. 3.5 Liderazgo y trabajo en equipo.		
4	Generación de equipos creativos 4.1 Técnicas de integración de equipos. 4.2 Planeación y organización del proyecto. 4.2.1 Definir idea, elegir producto y/o servicio. 4.2.2 Establecer el giro y alcances del proyecto. 4.2.3 Desarrollar la imagen del producto y/o servicio. 4.2.4 Desarrollar e integrar las estrategias de las áreas funcionales. 4.2.5 Integración de capital humano y asignación de tareas por áreas. 4.2.6 Determinar las fuentes de financiamiento.		
5	Cultura emprendedora 5.1 El espíritu emprendedor. 5.2 Capacidades y habilidades emprendedoras. 5.3 Ecosistema emprendedor en México. 5.4 Oportunidades de emprendimiento.		
6	Emprendimiento y creación de organizaciones 6.1 Naturaleza de las organizaciones. 6.2 Factores clave para el desarrollo de nuevos productos. 6.2.1 Generación. 6.2.2 Utilización. 6.2.3 Implementación de ideas. 6.3 Elección de negocio. 6.4 Plan de negocios. 6.5 Patentes y comercialización de conocimientos. 6.6 Incubadoras		
7	“Neuromarketing” y “Neuroeconomics” 7.1 La neurociencia y sus vinculaciones con la economía y el marketing.		

	7.2 La emoción como un factor clave para el marketing. 7.3 Los sentidos. 7.4 Modelos de toma de decisiones.		
Estrategias didácticas		Evaluación del aprendizaje	
Exposición	(X)	Exámenes parciales	(X)
Trabajo en equipo	(X)	Examen final	(X)
Lecturas	(X)	Trabajos y tareas	(X)
Trabajo de investigación	(X)	Presentación de tema	()
Prácticas (taller o laboratorio)	()	Participación en clases	(X)
Prácticas de campo	(X)	Asistencia	()
Aprendizaje por proyectos	(X)	Rúbricas	()
Aprendizaje basado en problemas	()	Portafolios	()
Casos de enseñanza	(X)	Listas de cotejo	()
Otras (especificar)		Otras (especificar)	
Perfil profesiográfico.			
Título o Grado	Licenciatura en Ingeniería, Economía o carreras que le permitan conocer el área de órtesis y prótesis. Deseable haber realizado estudios de posgrado.		
Experiencia docente	Debe contar con experiencia docente o haber participado en cursos o seminarios de iniciación en la práctica docente.		
Otra característica	El profesor que impartirá la asignatura deberá ser, preferentemente, académico de la UNAM con área de competencia y trabajo afín a la disciplina. La asignatura puede ser impartida por un profesor o investigador de tiempo completo o de asignatura con actividad profesional o académica directamente relacionada con el programa de la asignatura y con su aplicación profesional.		
Bibliografía básica			
Baptista, M. V., León, M., & Mora, C. (2010). Neuromarketing: conocer al paciente por sus percepciones. Tec Empresarial, 4(3), 9–19.			
González, D. (2007). Plan de negocios para emprendedores al éxito: metodología para el desarrollo de nuevos negocios. México: McGraw Hill.			
González, F. (2014). Creación de empresas: Guía del emprendedor. (4th ed.). Madrid: Pirámide.			
Guillen, S. (2013). Gente creativa, gente innovadora: Arte, trabajo en grupo e innovación. Madrid: Rojo Libros.			
Moulden, J. (2008). Los nuevos emprendedores sociales. México: McGraw Hill-Interamericana.			
Palomo, M. T. (2013). Liderazgo y motivación de equipos de trabajo. Madrid: ESIC.			
Mesografía básica			
Carasila, A. (2010). Neuromarketing: Las Emociones Y El Comportamiento De Compra. Perspectivas, 25(25), 9–24. Retrieved from http://2011.www.redalyc.org/articulo.oa?id=425942454003			
Bibliografía complementaria			
Amaru, A. C. (2008). Administración para emprendedores: fundamentos para la creación y gestión de nuevos negocios. México: Pearson.			
Cardona, P. (2002). Las claves del talento: La influencia del liderazgo en el desarrollo del capital humano. Barcelona: Empresa Activa.			
Kotter, J. P. (2007). ¿Qué hacen los líderes? Barcelona: Norma.			
Kotter, J., & Cohen, D. (2012). The Heart of Change: Real-Life Stories of How People Change Their Organizations. Boston: Harvard Business Press.			
Mesografía complementaria			
Campa Planas, F. (2007). El emprendedor y el equipo de trabajo. Revista de Contabilidad Y Dirección, 5(5), 13–26. Retrieved from http://dialnet.unirioja.es/servlet/extart?codigo=2725480			

Monge Benito, S., & Fernández Guerra, V. (2012). Neuromarketing: Tecnologías, Mercado y Retos. Pensar La Publicidad. Revista Internacional de Investigaciones Publicitarias, 5(2), 19–42.
https://doi.org/10.5209/rev_PEPU.2011.v5.n2.37862