



Programa sinóptico de la unidad curricular: **INNOVACIÓN Y EMPRENDIMIENTO**

Unidad Curricular: <b>Innovación y emprendimiento</b>					Unidad Responsable: Dpto. de Biología				
Datos Curricular		Modalidad			Tipo Dedicación		Dedicación Total Unidad Curricular		
Código	Semestre	T	P	L	HTSP	HTSNP	CA	Total Horas por Semana (HS=CA X 3)	Total Horas por Semestre (HS X 16)
191208	9	4	0	0	4	0	4	12	192
Prelaciones: haber aprobado las unidades curriculares del 8vo. semestre									

HSTP: Horas semanales de trabajo que se realiza en el aula o laboratorio y requiere preparación y trabajo adicional

HTSNP: Horas semanales que se realizan en el aula o laboratorio y no requieren de preparación o trabajo adicional

CA: créditos académicos

**Justificación**

La Biología tiene como objetivo fundamental la caracterización de los fenómenos biológicos a través de la observación. Esta puede efectuarse en forma directa mediante los sentidos o indirectamente con la ayuda de instrumentos. Cualquiera sea el caso, el resultado siempre será la obtención de datos cualitativos o cuantitativos, que muchas veces llegan a ser extraordinariamente abundantes, muy variables y con una gran carga de incertidumbre. Por lo tanto es necesario contar con métodos que permitan obtener y analizar la información relevante contenida en los datos. La Estadística facilita esta tarea, puesto que ella proporciona un gran número de métodos relacionados con la recolección, ordenamiento, presentación, análisis, proyección y modelamiento de la información presente en un conjunto de datos, que ayudan a los biólogos a desarrollar su quehacer metodológico en la búsqueda de nuevos conocimientos. En consecuencia, los métodos estadísticos constituyen una herramienta auxiliar fundamental en los estudios biológicos, por lo que es importante que quienes se estén formando en esta disciplina sean capacitados en el manejo y uso de los métodos estadísticos.

**Requerimientos**

Conocimientos y manejo de conceptos básicos de aritmética, álgebra, probabilidades y cálculo diferencial

**Objetivo General**

Contribuir a desarrollar una cultura emprendedora a través del fomento de las capacidades innovadoras y el espíritu emprendedor de los estudiantes, comunidad universitaria y áreas de influencia, útiles para la identificación, creación y fortalecimiento de nuevos negocios que generen valor a la economía y al tejido



empresarial del país, al igual que el desarrollo de propuestas de impacto sostenible a nivel social.

### **Objetivos Específicos**

- Fomentar la cultura de la creatividad e innovación
- Fomentar la cultura emprendedora tanto en la universidad como en su entorno de influencia
- Generar y divulgar conocimientos, habilidades, destrezas y actitudes claves sobre la innovación y el emprendimiento
- Fomentar las alianzas estratégicas con agentes que conforman el ecosistema del emprendimiento
- Favorecer el desarrollo de iniciativas empresariales y sociales con un impacto en el desarrollo regional, y sustentabilidad a largo plazo

### **Contenido**

#### **Tema 1. El emprendedor, motivaciones y características**

Presentación del programa. Metodología y evaluaciones. El proceso emprendedor ¿Qué es emprender?. Etapas del proceso emprendedor y factores a considerar para el éxito. Las ideas de negocio. Generación y evaluación. ¿Quién es un emprendedor?. Motivaciones del emprendedor. Perfil de competencias emprendedoras. Identificando nuestras propias características emprendedoras. Desarrollo de las capacidades emprendedoras

#### **Tema 2. Negociación, formación de equipos y redes, y manejo positivo y oportuno de los cambios**

La negociación como proceso gerencial y social. Fases de un proceso de negociación. Estrategias. Manejo del cambio. El cambio como fenómeno constante. Resistencia al cambio. Manejo oportuno y positivo del cambio. Trabajo en equipo. Concepto y características de los equipos de alto desempeño. Factores que influyen en la efectividad del equipo. La comunicación entre los miembros del equipo. Importancia de los equipos y de la formación y mantenimiento de redes de trabajo.

#### **Tema 3. Ética y valores personales y empresariales**

Concepto e importancia. Valores personales y organizacionales. Ética y valores en la toma de decisiones. La importancia de las empresas para el desarrollo económico y social de un país. Las empresas como motor del desarrollo económico y social del país. Las empresas pequeñas y medianas. La responsabilidad social de las empresas

#### **Tema 4. Mapa de actores: Identificando los actores claves del ecosistema emprendedor (universidades, capitalistas de riesgo, incubadoras, empresas, sector público, y otros)**

Roles de los actores. Desarrollo de habilidades y competencias emprendedoras. Fuentes de financiamiento, Acompañamiento de los star up. Políticas públicas.



Entorno económico, social y político. Identificación de variables económicas, sociales, y políticas claves del entorno que afectan a los negocios y a la toma de decisiones gerenciales. El emprendimiento de nuevos negocios y su relación con el crecimiento económico. Estrategias de entrada y de salida: Acceso a mercados competitivos. Incubadoras de empresas.

#### **Tema 5. Introducción a la innovación**

¿Qué es y qué no es innovación? Lenguaje y conocimiento. Importancia de la innovación. Lectura del innovador. La dinámica de la innovación. Introducción. Tipos de innovación. Pensamiento disruptivo. Fuentes de la innovación. Etapas de la innovación. Innovación y organización. Características de las organizaciones para la innovación. Ciclo de vida de la adopción de nuevos productos. Análisis de ejemplos de gestión de innovación.

#### **Tema 6. Estructura y contenido del plan de negocios.**

Resumen ejecutivo. El Producto o servicio. Equipo de trabajo. Marketing. Sistema de negocio y organización de la empresa. Calendario de realización. Riesgos. Financiamiento. Aspectos legales. Emprendimiento social. La dinámica de las empresas familiares. Gobierno familiar. Profesionalización de la gerencia. La familia y sus instituciones. El consejo de administración. La sucesión. Sostenibilidad y crecimiento de la empresa familiar. Planificación y gerencia de la sucesión. Gerencia del proceso de transición. Formación de la siguiente generación. Algunas prácticas exitosas.

#### **Estrategias Metodológicas**

Para desarrollar el temario se proponen las siguientes estrategias docentes: Participación en dinámicas y ejercicios de reflexión (discusiones dirigidas). Para algunos temas se realizarán dinámicas de autoconocimiento y con ejercicios de emprendimientos con ejemplos particulares. También se analizarán videos.

#### **Estrategias de evaluación**

Se evaluará cada de las actividades desarrolladas en clases, mapas mentales, discusiones dirigidas, y aquellas asignaciones para la casa.

#### **Bibliografía**

- ACKERMAN, B. (2005). *Guía para ganar dinero en tiempos difíciles*. Caracas: Critería, C.A.
- AGUSTÍN, J. (2006). *La iniciativa social no es una moda*. Entrevista. Revista Debates IESA, Volumen XI, Numero 4
- ANZOLA, S. (1993). *Administración de pequeñas empresas*. México: McGraw- Hill
- ARONOFF, G. y WARD, J. (2000). *Optimizando el potencial en la empresa familiar. Cómo evitar los juegos de poder*. México: McGraw-Hill
- ARONOFF, G. y WARD, J. (2000). *La prueba suprema de la grandeza en la empresa familiar. La elección del nuevo líder*. México: McGraw-Hill



- ARONOFF, G. y WARD, J. (2000). *La sucesión en la empresa familiar. Un nuevo líder, un nuevo héroe*. México: McGraw-Hill
- ASHOKA EMPRENDEDORES SOCIALES Y MCKINSEY & COMPANY, INC., (2001). *Emprendimientos Sociales Sostenibles. Cómo elaborar planes de negocio para organizaciones sociales*. Brasil: Editorial Fundación Peirópolis
- BRUNI CELLI, J. y MARQUEZ, P. (2005) *La responsabilidad social como estrategia empresarial*. Revista Debates IESA, Volumen X, Número 4
- BUTLER, J. (2004). *Opportunity identification and entrepreneurial behavior*. Greenwich, CT: Information Age Publishing
- BYGRADE, W. (1994). *The portable MBA in entrepreneurship*. USA: John Wiley & Son Inc.
- CALAGIONE, S. (2005). *Brewing up a business: Adventures in entrepreneurship*. New York: Wiley
- CASE, K. y RAY, C. (1997). *Fundamentos de economía*. México: Prentice Hall
- CENTRO DE EMPRENDEDORES DEL IESA (2006) *Global Entrepreneurship Monitor, Informe ejecutivo, Venezuela 2005*. Caracas: IESA.
- CHIAVENATO, I. (2004). *Comportamiento organizacional*. México: Thomson Learning, Inc.
- CHRISTENSEN, C. (1997). *The Innovator's dilemma*. Harvard Business School Press
- CHRISTENSEN, C. (1998). *The Innovator's solution*. Harvard Business School Press
- CHRISTENSEN, C. & RAYNOR M. (2003). *The Innovator's solution*. Harvard Business School Press
- DE GEUS, A. (1998). *La empresa viviente. Hábitos para sobrevivir en un ambiente de negocios turbulento*. Buenos Aires: Granica
- DORNBUSCH, R. (2002). *Macroeconomía* (8va Ed). Editorial Mc Graw Hill
- DRUCKER, P. (1986). *Innovation and Entrepreneurship*. USA: Harper Business Book
- DRUCKER, P. (1990). *Dirección de instituciones sin fines de lucro*. Barcelona: Editorial Ateneo
- FERNÁNDEZ, V. (2006). *Emprender en Venezuela*. Caracas: Revista Debates IESA, Volumen XIII, Número 2
- FIELDEN, S. y DAVIDSON, M. (2005). *International handbook of women and small business entrepreneurship*. Northampton, MA: Edward Elgar Publishing
- FRANCÉS, A. (2004). *Estrategia para la empresa en América Latina*. Caracas: Ediciones IESA
- FREIRE, A. (2005). *Pasión por emprender. De la idea a la cruda realidad*. Bogotá: Norma S.A.
- FUNDACIÓN IDEAS-MCKINSEY (2003). *Manual de preparación de un plan de negocio*. Caracas
- FUNDACIÓN IDEAS (2006). *Manual de Preparación de un Plan de Negocio*, Ideas 2006. Disponible en <http://www.ideas.com.ve>
- GARAY, U. y GONZÁLEZ, M. (2005). *Fundamentos de Finanzas*. Ediciones IESA
- GERBER, M. (1997). *El mito del emprendedor*. Madrid: Paidós Ibérica, S.A.
- GERSICK y otros (1997). *Empresas Familiares. Generación a Generación*. McGraw-Hill
- GILBREATH, R. (1989). *La estrategia del cambio: guía práctica para las tendencias empresariales de hoy*. Bogotá: Mc Graw Hill Harcourt College Publishers





- GONZALEZ DE PACHECO, R. Y JAEN, M. ( 2006). *Responsabilidad social empresarial: ¿Llegó para quedarse?*. Caracas: Revista Debates IESA, Volumen XI, Número 1
- GUEDEZ, V. (2006). *Ética y práctica de la responsabilidad social empresarial. El aporte de la empresa al capital social*. Caracas: Planeta
- HELLRIEGEL, D.; SLOCUM, J. y WOODEMAN, R. (1999). *Comportamiento organizacional* (Octava Edición). México: Thomson Editores
- HISRICH, R. y PETERS, M. (1992). *Entrepreneurship: Starting, Developing and Managing a New Enterprise*. Editorial Irwin Professional Publishing
- HISRICH, R. y PETERS, M. (2001). *Entrepreneurship: Starting, Developing and Managing a New Enterprise* (2nd ed.). Richard D. Irwin
- HISRICH, R.; PETERS, M. y SHEPHERD, D. (2005). *Entrepreneurship Emprendedores* (Sexta Edición). Madrid: McGraw Hill
- HOPKINS, B. (2005). *Starting and managing a nonprofit organization* (4ta Ed.). New York: Wiley
- INFOEM, ( S/A). *El servicio de atención al emprendedor. Modelo para la preincubación de empresas en universidades*. Caracas: Corporación Andina de Fomento (CAF)
- JHONSON, G. (1996). *Dirección estratégica*. Madrid: Pretince Hall
- KURATKO, D. (1992). *Entrepreneurship: a contemporary approach*. Forth Worth: Harcourt College Publishers
- KURATKO, D. y HODGETTS, R. (2003). *Entrepreneurship: theory, process and practice*. South-Western College Publishing.
- GERSICK y otros (1997). *Empresas Familiares. Generación a Generación*. McGraw-Hill
- LIBECAP, G. (2005). *University entrepreneurship and technology transfer: process, design, and intellectual property*. Jai Press
- LONGENEKER, J. y MOORE, C. (2001). *Administración de pequeñas empresas: un enfoque emprendedor*. México: International Thomson Editores S.A.
- MCKINSEY & COMPANY, INC. ASHOKA EMPRENDEDORES SOCIALES (2001). *Emprendimientos sociales sostenibles*. Sao Paulo: Peirópolis
- MENDEZ, CH. (2003). *Responsabilidad social de empresarios y empresas en Venezuela durante el siglo XX*. Caracas: Strategos Consultores
- MOORE G. (2002). *Crossing the chasm*. Harper Collings Publishers INC.
- MORRIS, M. (1998). *Entrepreneurial intensity: sustainable advantages for individuals, organizations and societies*. Westport, CT: Quorum Books
- MORRIS, M. y KURATKO, D. (2002). *Corporate entrepreneurship: entrepreneurial development within organizations*. Forth Worth: Harcourt College Publishers
- MORSE, E. y MITHCELL, R. (2005). *Cases in entrepreneurship: the venture creation process*. Thousand Oaks, CA: Sag
- NEUBAUER, F. y LANK, A. (1999). *La empresa familiar. Cómo dirigirla para que perdure*. Barcelona: Ediciones Deusto
- PALACIOS, L. (1997). *UCAB. Sabiduría popular para la empresa*. Ediciones UCAB
- PIERCE, N. (2005). *The founder factor*. Elton-Wolf Publishing
- PRICE, R. (2004). *Roadmap to entrepreneurial success: powerful strategies for building a high-profit business*. New York: Amacom
- RUDINGER, DORNBUSCH y STANLEY. (2002). *Macroeconomía* (Octava Edición). Editorial Mc Graw Hill



- RUSQUE, A. y CASTILLO, C. (2003). *Método de casos*. Caracas: Vadell Hermanos
- SAHLMAN, STENVENSON y BHIDÉ, R. (1999). *The entrepreneurial venture*. Boston: HBSP
- SENGE, P. (2000). *La Danza del cambio*. Colombia: Norma
- STEVENSON, H. y GUMPERT. ( 1985). *La médula del espíritu empresarial*. Material compilado por Soledad Etchebarne y suministrado por Inncrea en el taller para facilitadores, realizado en la ciudad de Maracaibo, Venezuela. Septiembre 2006. Original en Harvard Business Review. Título original: *The heart of entrepreneurhip*
- TIMMONS, J. (2004). *Business plans that work: a guide for small business*. New York: McGraw-Hill
- VAINRUB, R. (2005). *Convertir sueños en realidades. Una guía para emprendedores* (3ra. Edición). Caracas: Instituto de Estudios Superiores de Administración (IESA)
- VAINRUB, R. ( 2006 ). *El espíritu emprendedor busca ambiente propicio*. Caracas: Revista Debates Ideas, Volumen XI, Número 1
- VARELA, R. (2001). *Innovación empresarial, arte y ciencia en la creación de empresas* (2da. Edición). Bogotá: Pearson Educación Colombia