



## 1. COURSE

ET301. Entrepreneurship II (Mandatory)

## 2. GENERAL INFORMATION

- 2.1 Course : ET301. Entrepreneurship II  
2.2 Semester : 9<sup>no</sup> Semestre.  
2.3 Credits : 3  
2.4 Horas : 2 HT; 2 HP;  
  
2.5 Duration of the period : 16 weeks  
2.6 Type of course : Mandatory  
2.7 Learning modality : Blended  
2.8 Prerequisites : ET201. Entrepreneurship I. (8<sup>th</sup> Sem) ET201. Entrepreneurship I. (8<sup>th</sup> Sem)

## 3. PROFESSORS

Meetings after coordination with the professor

## 4. INTRODUCTION TO THE COURSE

Este curso tiene como objetivo dotar al futuro profesional de conocimientos, actitudes y aptitudes que le permitan formar su propia empresa de desarrollo de software y/o consultoría en informática. El curso está dividido en tres unidades: Valorización de Proyectos, Marketing de Servicios y Negociaciones. En la primera unidad se busca que el alumno pueda analizar y tomar decisiones en relación a la viabilidad de un proyecto y/o negocio.

En la segunda unidad se busca preparar al alumno para que este pueda llevar a cabo un plan de marketing satisfactorio del bien o servicio que su empresa pueda ofrecer al mercado. La tercera unidad busca desarrollar la capacidad negociadora de los participantes a través del entrenamiento vivencial y práctico y de los conocimientos teóricos que le permitan cerrar contrataciones donde tanto el cliente como el proveedor resulten ganadores. Consideramos estos temas sumamente críticos en las etapas de lanzamiento, consolidación y eventual relanzamiento de una empresa de base tecnológica.

## 5. GOALS

- Que el alumno comprenda y aplique la terminología y conceptos fundamentales de ingeniería económica que le permitan valorizar un proyecto para tomar la mejor decisión económica.
- Que el alumno adquiera las bases para formar su propia empresa de base tecnológica.

## 6. COMPETENCES

- 7) Develop computational technology for the well-being of all, contributing with human formation, scientific, technological and professional skills to solve social problems of our community. (**Familiarity**)
- 7) Develop computational technology for the well-being of all, contributing with human formation, scientific, technological and professional skills to solve social problems of our community. (**Usage**)
- 3) Communicate effectively in a variety of professional contexts. (**Usage**)
- 5) Function effectively as a member or leader of a team engaged in activities appropriate to the program's discipline. (**Usage**)
- 7) Develop computational technology for the well-being of all, contributing with human formation, scientific, technological and professional skills to solve social problems of our community. (**Assessment**)

## 7. TOPICS

Unit 1: (20)	
Competences Expected:	
Topics	Learning Outcomes
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Introducción</li> <li>• Proceso de toma de decisiones</li> <li>• El valor del dinero en el tiempo</li> <li>• Tasa de interés y tasa de rendimiento</li> <li>• Interés simple e interés compuesto</li> <li>• Identificación de costos</li> <li>• Flujo de Caja Neto</li> <li>• Tasa de Retorno de Inversión (TIR)</li> <li>• Valor Presente Neto (VPN)</li> <li>• Valorización de Proyectos</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Permitir al alumno tomar decisiones sobre como invertir mejor los fondos disponibles, fundamentadas en el análisis de los factores tanto económicos como no económicos que determinen la viabilidad de un emprendimiento. [Assessment]</li> </ul>
Readings : [BT06]	

Unit 2: (30)	
Competences Expected:	
Topics	Learning Outcomes
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Introducción</li> <li>• Importancia del marketing en las empresas de servicios</li> <li>• El Proceso estratégico.</li> <li>• El Plan de Marketing</li> <li>• Marketing estratégico y marketing operativo</li> <li>• Segmentación, targeting y posicionamiento de servicios en mercados competitivos</li> <li>• Ciclo de vida del producto</li> <li>• Aspectos a considerar en la fijación de precios en servicios</li> <li>• El rol de la publicidad, las ventas y otras formas de comunicación</li> <li>• El comportamiento del consumidor en servicios</li> <li>• Fundamentos de marketing de servicios</li> <li>• Creación del modelo de servicio</li> <li>• Gestión de la calidad de servicio</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Brindar las herramientas al alumno para que pueda identificar, analizar y aprovechar las oportunidades de marketing que generan valor en un emprendimiento. [Usage]</li> <li>• Lograr que el alumno conozca, entienda e identifique criterios, habilidades, métodos y procedimientos que permitan una adecuada formulación de estrategias de marketing en sectores y medios específicos como lo es una empresa de base tecnológica. [Usage]</li> </ul>
Readings : [KK06], [LW09]	

<b>Unit 3: (10)</b>	
<b>Competences Expected:</b>	
<b>Topics</b>	<b>Learning Outcomes</b>
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Introducción. ¿Qué es una negociación?</li> <li>• Teoría de las necesidades de la negociación</li> <li>• La proceso de la negociación</li> <li>• Estilos de negociación</li> <li>• Teoría de juegos</li> <li>• El método Harvard de negociación</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Conocer los puntos clave en el proceso de negociación. [Usage]</li> <li>• Establecer una metodología de negociación eficaz. [Usage]</li> <li>• Desarrollar destrezas y habilidades que permitan llevar a cabo una negociación exitosa. [Usage]</li> </ul>
<b>Readings :</b> [FUP96], [MM06]	

## 8. WORKPLAN

### 8.1 Methodology

Individual and team participation is encouraged to present their ideas, motivating them with additional points in the different stages of the course evaluation.

### 8.2 Theory Sessions

The theory sessions are held in master classes with activities including active learning and roleplay to allow students to internalize the concepts.

### 8.3 Practical Sessions

The practical sessions are held in class where a series of exercises and/or practical concepts are developed through problem solving, problem solving, specific exercises and/or in application contexts.

## 9. EVALUATION SYSTEM

\*\*\*\*\* EVALUATION MISSING \*\*\*\*\*

## 10. BASIC BIBLIOGRAPHY

- [BT06] Leland Blank and Anthony Tarkin. *Ingeniería Económica*. McGraw Hill, México D.F., México, 2006.
- [FUP96] Roger Fisher, William Ury, and Bruce Patton. *Si... ¡de acuerdo! Cómo negociar sin ceder*. Norma, Barcelona, 1996.
- [KK06] Philip Kotler and Kevin L. Keller. *Dirección de Marketing*. Prentice Hall, México, 2006.
- [LW09] Christopher Lovelock and Jochen Wirtz. *Marketing de servicios. Personal, tecnología y estrategia*. Prentice Hall, México, 2009.
- [MM06] Fernando de Manuel Dasí and Rafael Martínez-Vilanova Martínez. *Técnicas de Negociación. Un método práctico*. Esic, Madrid, 2006.