

I. IDENTIFICADORES DE LA ASIGNATURA

Materia:	Creación de valor
Carrera:	Licenciatura en Negocios con Enfoque en Emprendimiento
Modalidad:	Semestral
Nivel:	5º.Sem.
Horas clase:	3 horas por semana
Horario de clases:	Lunes de 3:00 5:00 p.m., Jueves de 4:00 a 5:00 p.m.

II. ANTECEDENTES DEL ALUMNO

Conocimientos:

- **Administración y gestión empresarial:** Fundamentos de administración, planificación estratégica y gestión de recursos.
- **Economía y finanzas:** Conceptos básicos de economía, contabilidad y finanzas empresariales.
- **Marketing y ventas:** Estrategias de marketing, análisis de mercado y técnicas de ventas.
- **Derecho empresarial:** Conocimientos básicos de leyes y regulaciones que afectan a los negocios.
- **Tecnología y herramientas digitales:** Uso de herramientas digitales y tecnológicas para la gestión empresarial y el marketing digital.

Habilidades:

- **Pensamiento crítico y resolución de problemas:** Capacidad para analizar situaciones y encontrar soluciones innovadoras.
- **Liderazgo y trabajo en Equipo:** Habilidades para liderar equipos y colaborar efectivamente.
- **Comunicación efectiva:** Habilidades para comunicar ideas de manera clara y persuasiva, tanto oralmente como por escrito.
- **Toma de decisiones:** Capacidad para tomar decisiones informadas y estratégicas.
- **Creatividad e innovación:** Habilidad para generar nuevas ideas y enfoques para los negocios.

Actitudes:

- **Proactividad y emprendimiento:** Iniciativa para identificar oportunidades y llevar a cabo proyectos.
- **Ética y responsabilidad social:** Compromiso con prácticas empresariales éticas y responsabilidad social.
- **Adaptabilidad y resiliencia:** Capacidad para adaptarse a cambios y superar desafíos.
- **Curiosidad y deseo de aprender:** Actitud de aprendizaje continuo y curiosidad por nuevas tendencias y conocimientos.
- **Empatía y trabajo en red:** Habilidad para entender y conectar con otras personas, creando redes de colaboración.

III. OBJETIVO GENERAL

El alumno deberá desarrollar competencias integrales en administración, innovación y liderazgo empresarial, que capaciten al alumno para emprender y gestionar negocios exitosos desarrollando valor que permitan mejorar la tasa de éxito de los productos o servicios que desarrolle, adaptándose a los cambios del entorno y contribuyendo al desarrollo económico y social de su comunidad.

IV. DESARROLLO DE COMPETENCIAS:

El alumno durante la clase desarrollará las competencias:

- **Iniciativa y proactividad:** Capacidad para identificar oportunidades y actuar sobre ellas sin necesidad de ser impulsados por otros.
- **Gestión del riesgo:** Habilidad para evaluar y tomar riesgos calculados, entendiendo las posibles contrapartidas y recompensas.
- **Liderazgo:** Capacidad para guiar y motivar a un equipo hacia el logro de objetivos comunes.
- **Creatividad e innovación:** Habilidad para generar ideas nuevas y originales, y aplicarlas de manera efectiva en el contexto empresarial.
- **Comunicación efectiva:** Habilidad para expresar ideas de manera clara y persuasiva, tanto de forma oral como escrita.
- **Negociación y persuasión:** Habilidad para negociar acuerdos beneficiosos y persuadir a otros de la validez de tus ideas.
- **Adaptabilidad y resiliencia:** Capacidad para adaptarse a cambios y superar obstáculos y fracasos.

V. COMPROMISOS FORMATIVOS

Conocimientos:

Conceptos de valor: Comprender qué es el valor en el contexto empresarial y cómo se crea y se mide.

Modelos de negocio: Conocer diferentes modelos de negocio y cómo estos pueden generar valor para los clientes y la empresa.

Estrategias de innovación: Aprender sobre estrategias y procesos de innovación que contribuyen a la creación de valor.

Análisis financiero: Entender cómo las decisiones financieras impactan la creación de valor en una empresa.

Responsabilidad social y sostenibilidad: Conocer la importancia de la responsabilidad social y la sostenibilidad en la creación de valor a largo plazo

Habilidades:

Análisis y evaluación: Desarrollar la capacidad de analizar datos y evaluar el impacto de diferentes estrategias en la creación de valor.

Pensamiento estratégico: Fomentar el pensamiento estratégico para identificar oportunidades de creación de valor.

Innovación y creatividad: Potenciar la habilidad para generar ideas innovadoras que puedan traducirse en valor para la empresa.

Comunicación efectiva: Mejorar la capacidad de comunicar ideas y estrategias de manera clara y persuasiva.

Gestión de proyectos: Aprender a planificar, ejecutar y gestionar proyectos que tengan como objetivo la creación de valor.

Actitudes:

Integrar teoría y práctica: Asegurar que los alumnos puedan aplicar los conocimientos teóricos en situaciones prácticas a través de proyectos, estudios de caso y simulaciones.

Evaluación continua: Implementar métodos de evaluación continua que permitan a los alumnos recibir retroalimentación constante sobre su progreso.

Fomentar el aprendizaje activo: Utilizar metodologías de enseñanza que promuevan el aprendizaje activo y la participación de los alumnos.

Desarrollo personal y profesional: Apoyar el desarrollo personal y profesional de los alumnos, ayudándoles a construir una mentalidad de crecimiento y mejora continua.

VI. CONDICIONES DE OPERACIÓN

Espacio: Aula presencial.

Material de uso frecuente: Computadora con excelente conexión a internet.

VII. CONTENIDOS DEL PROGRAMA Y TIEMPOS ESTIMADOS PARA SER CUBIERTOS PARA EL PRIMER PARCIAL:

TEMA Y SUBTEMAS	FECHAS	ACTIVIDADES Y/O LECTURAS EN AULA
Presentación de Profesor, Materia, Espectativas y desarrollo de confianza 1. Introducción al Valor 1.1. Definición de valor. 1.2. Importancia de la creación de valor en la estrategia empresarial. 1.3. Beneficio vs. Costo.	19/08/24	Presentación Dinámica del tema Exposición
	22/08/24	Exposición
2. Tipos de valor 2.1. Valor funcional 2.2. Valor monetario 2.3. Valor social 2.4. Valor psicológico	26/08/24	Exposición /Ejercicios de clase Exposición /Ejercicios de clase Exposición /Ejercicios de clase Exposición /Ejercicios de clase
3. Elementos del modelo de negocio 3.1. El modelo de negocio 3.2. Modelo de creación de valor 3.3. Modelo de ganancia 3.4. Lógica del negocio	29/08/24	Exposición /Ejercicios de clase
	02/09/24	Elaboración de camvas Exposición /Ejercicios de clase
4. Modelo de creación de valor 4.1. Definición del modelo de creación de valor 4.2. Etapas del modelo de creación de valor 4.2.1. Entradas 4.2.2. Proceso de transformación 4.2.3. Salidas	05/09/24	Exposición /Ejercicios de clase http://vlex.com.mx/vid/innovacion-relacion-ventaja-competitiva-952064480
	09/09/24	Exposición y diseño de cadenas de valor.
	12/09/24	
5. Cadena de valor 5.1. Actividades primarias 5.1.1. Logística de entrada. 5.1.2. Operaciones 5.1.3. Logística de salida 5.1.4. Marketing y ventas 5.1.5. Servicio al cliente 5.2. Actividades de apoyo 5.2.1. Aprovechamiento	19/09/24	Exposición /Ejercicios de clase
	23/09/24	Exposición /Ejercicios de clase
	26/09/24	Exposición /Ejercicios de clase
	30/09/24	Exposición /Ejercicios de clase
	03/10/24	Exposición /Ejercicios de clase
Examen primer parcial	07/10/24	Aplicación de examen

VIII. CONTENIDOS DEL PROGRAMA Y TIEMPOS ESTIMADOS PARA SER CUBIERTOS PARA EL SEGUNDO PARCIAL:

Revisión de Examen	10/10/24	
5.2.2. Gestión de recursos humanos.	14/10/24	Exposición /Ejercicios de clase
5.2.3. Desarrollo tecnológico.		
5.2.4. Infraestructura.	17/10/24	Exposición /Ejercicios de clase
6. Identificación de Oportunidades para la creación de valor	21/10/24	Exposición /Ejercicios de clase
6.1. Análisis de mercado y segmentación de clientes.		
6.2. Tipos de mercado: océanos rojos vs. océanos azules	24/10/24	Exposición /Ejercicios de clase
6.3. Identificación de necesidades y deseos del cliente.		
7. Tipos de Innovación y Valor Agregado Anexo	28/10/24	
7.1. Estrategias de innovación para el valor agregado.		Exposición /Ejercicios de clase
7.2. Innovación de configuración	31/10/24	Exposición /Ejercicios de clase
7.2.1. Modelo de negocio	04/11/24	Exposición /Ejercicios de clase
7.2.2. Red		
7.2.3. Estructura		
7.2.4. Procesos.	07/11/24	Exposición /Ejercicios de clase
7.3. Innovación de oferta	11/11/24	Exposición /Ejercicios de clase
7.3.1. Desempeño del producto		
7.3.2. Sistema de producto		
Examen 2o parcial	14/11/24	Examen

IX. CONTENIDOS DEL PROGRAMA Y TIEMPOS ESTIMADOS PARA SER CUBIERTOS PARA EL EXAMEN FINAL:

Revisión de Examen	21/11/24	Exposición /Ejercicios de clase
7.4. Innovación de la experiencia	25/11/24	Exposición /Ejercicios de clase
7.4.1. Servicio		
7.4.2. Canal		
7.4.3. Marca	28/11/24	Exposición /Ejercicios de clase
7.4.4. Compromiso con el cliente	02/12/24	Exposición /Ejercicios de clase
8. Valor y sostenibilidad	05/12/24	Exposición /Ejercicios de clase
8.1. Creación de valor en la economía circular	09/12/24	Revisión de documento final
8.2. Creación de valor en el contexto de la sostenibilidad		
Examen final	10/01/25	Examen

VII. CONTENIDOS DEL PROGRAMA Y TIEMPOS ESTIMADOS PARA SER CUBIERTOS PARA EL PRIMER PARCIAL:

X. METODOLOGÍA Y ESTRATEGIAS DIDÁCTICAS

Metodología Institucional acorde con el modelo educativo:

- **Aprendizaje Basado en Proyectos (ABP)**

Descripción: Los estudiantes trabajan en proyectos reales o simulados que les permiten aplicar los conceptos aprendidos en clase.

Beneficios: Fomenta el pensamiento crítico, la resolución de problemas y la colaboración.

Los estudiantes desarrollarán un plan de negocio que incluya una propuesta de valor innovadora para un producto o servicio.

- **Método del Caso**

Descripción: Análisis y discusión de casos reales de empresas que han creado valor de manera efectiva.

Beneficios: Ayuda a los estudiantes a entender cómo se aplican los conceptos teóricos en situaciones reales.

Estudiar casos de empresas como Apple o Tesla, empresas nacionales y locales y analizar sus estrategias de creación de valor.

- **Canvas de Propuesta de Valor**

Descripción: Utilización del lienzo de propuesta de valor de Alexander Osterwalder para diseñar y evaluar propuestas de valor.

Beneficios: Proporciona una herramienta visual y práctica para entender y crear valor.

Los estudiantes pueden trabajar en grupos para desarrollar y presentar una propuesta de valor utilizando el lienzo.

- **Simulaciones y Juegos de Rol**

Descripción: Actividades que simulan situaciones empresariales donde los estudiantes deben tomar decisiones estratégicas.

Beneficios: Permite a los estudiantes experimentar y aprender de manera interactiva.

Simulaciones consultoría con clientes o inversores para evaluar la efectividad de sus propuestas de valor.

- **Talleres y Sesiones de brainstorming**

Descripción: Sesiones prácticas donde los estudiantes pueden generar ideas y soluciones creativas.

Beneficios: Fomenta la creatividad y la innovación.

Diseño de productos o servicios que aporten valor añadido al MYPEs locales

Estrategias didácticas de acuerdo con el modelo educativo recomendadas para el curso:

- **Introducción teórica:** Breves sesiones teóricas para introducir conceptos clave.
- **Actividades prácticas:** Proyectos, casos y simulaciones para aplicar los conceptos.
- **Discusión y retroalimentación:** Espacios para discutir los resultados y recibir retroalimentación.
- **Reflexión y evaluación:** Actividades de autoevaluación y coevaluación para reflexionar sobre el aprendizaje.

XI. CRITERIOS DE EVALUACIÓN

Requisitos institucionales de acreditación:

- Acreditación mínima de 80% de asistencia a clases programadas para tener derecho a examen
- Entrega oportuna de trabajos originales (no plagio)
- Pago de colegiaturas
- Calificación mínima aprobatoria: **7.0**

Evaluación del curso mediante la acreditación mediante los siguientes porcentajes:

PRIMER PARCIAL		SEGUNDO PARCIAL		CALIFICACIÓN FINAL	
Examen Parcial	80%	Examen Parcial	80%	Exámenes parciales	40 %
Tareas	5%	Tareas	5%	Examen final	60 %
Participación	15%	Participación	15%	-----	-----
Total:	100%	Total:	100%	Total:	100 %

XII. REGLAS DE LA CLASE
MECANICA DE ENTREGA DE LAS TAREAS

- Se prohíbe el uso de celulares o instrumentos análogos.
- La asistencia, controles de lectura, las participaciones y trabajos de investigación son requisitos indispensables para tener derecho a examen parcial y oral.
- Las tareas y actividades se entregarán de acuerdo con los requerimientos dados por el docente en la planeación (la cual el alumno deberá consultar siempre).
- No se admitirán trabajos extemporáneos.
- Los trabajos que no reúnan los requisitos de calidad (metodología y contenido) no serán tomados en cuenta para tener derecho a examen.
- El presentar un trabajo plagiado o en copia de otro trabajo presentado, se anularan y el o los alumnos quedaran sin derecho al examen final.

PUNTUALIDAD

- Sólo hay tolerancia de 5 minutos en el horario de las 2:00 de la tarde. A las 2:06 p.m. ha perdido el derecho a entrar a clases
- Llegar después del pase de lista (el cual se realizará puntual) amerita retardo.
- Las horas serán corridas en el caso de las clases de 2 horas y durarán 1:40 minutos.
- El porcentaje de asistencia es del 80%, quien no lo cumpla, no tendrá derecho a examen, el porcentaje se realiza tomando en cuenta el número de clases efectivamente cumplidas en el período.

JUSTIFICANTES

El alumno que por motivos de salud no asista a clases debe de comprobar con constancias médicas su ausencia (no con recetas médicas), para que el docente valore la pertinencia de recibirle la tarea de la clase en la que faltó y justificar su inasistencia, y, **siempre presentará su constancia médica el día inmediato posterior a la fecha que faltó**. Contrario sensu, quien no acredite a juicio del docente su inasistencia no tendrá derecho a que se le reciban las taras con

posterioridad.

XIII. BIBLIOGRAFÍA Y/O FUENTES DE CONSULTA:

Diseñando la propuesta de valor

Alexander Osterwalder y Yves pigneur
Editorial Deusto
ISBN 97884234419517

Creación de valor: 12 estrategias para duplicar el valor de una empresa en 4 años

Ramon Palacín
Editorial Profit
2021

XIV. ACTIVIDADES EXTRACURRICULARES: (máximo 3 durante el semestre)

Especificar requisitos y fecha de entrega

ACTIVIDAD PARA EL PRIMER PARCIAL:

Presentar el portafolio de modelo de negocio de la empresa seleccionada por equipo, aplicando las metodologías de Canvas, modelo de creación de valor, Ganancia y lógica del negocio, y realizando el diagrama de creación de valor para la empresa seleccionada.

ESPECIFICACIONES:

Presentar reporte: El cual deberá contener encabezado, datos del curso, Nombre del reporte, Nombre del profesor, fecha y Bibliografía, todo en formato APA 7. Máximo de 10 hojas del documento.

Objetivo
Desarrollo del reporte
Resultados
Conclusiones mínimo una cuartilla.

FECHA DE ENTREGA: 3 de octubre de 2024.

ACTIVIDAD PARA EL SEGUNDO PARCIAL:

Presentar reporte de desarrollo de estrategias de valor para la empresa utilizada en el primer parcial, con base a los puntos entregados en clase.

ESPECIFICACIONES:

Presentar reporte: El cual deberá contener encabezado, datos del curso, Nombre del reporte, Nombre del profesor, fecha y Bibliografía, todo en formato APA 7. Máximo de 25 hojas del documento.

Objetivo
Desarrollo del reporte
Resultados
Conclusiones mínimo una cuartilla.

FECHA DE ENTREGA: 11 de noviembre de 2024.

XV. PERFIL DEL DOCENTE

ESTUDIOS:

MBA por Universidad de Calgary, Canadá, MGTI y MANF por el Tecmilenio, Diplomado en Alta Dirección por la UVM, Diplomado en Desarrollo de Clusters Tec Monterrey, Diplomado en comercio Internacional Tec de Monterrey. Diplomado en Educación a distancia por el Mount Royal College, Calgary, Canadá. Consultor Certificado por el CONOCER, NAFIN, Banco Mundial. Licenciado en Administración de empresas con especialidad en Agronegocios y sistemas de información por el Tecnológico de Monterrey.

EXPERIENCIA LABORAL:

Experiencia laborar como consultor de la red Crece, Deloitte México. Delegado de Pronafin en el sureste. Socio fundador de Alimentos y Productos de México 1998, CDECOL 2002, SOFOM GC Global - Monte de Guadalupe 2008, CIITI Systems México 2017.

XVI. ACTUALIZACIÓN DE LA PLANEACIÓN DEL CURSO

Responsable de la Contratación: Lic. Laudith Garay Ruíz
Fecha de elaboración: Agosto 2024
Elaboró: José Raymundo Palacios Torres
Correo institucional: raymundopalacios@inef.edu.mx