


<p style="text-align: center;">UNIVERSIDAD AUTÓNOMA DE CHIHUAHUA</p>   <p style="text-align: center;">UNIDAD ACADÉMICA: FACULTAD DE ODONTOLÓGÍA</p> <p style="text-align: center;">PROGRAMA ANALÍTICO DE LA UNIDAD DE APRENDIZAJE:</p> <p style="text-align: center;">WADHWANI</p>	DES:	SALUD
	Programa académico	LICENCIATURA EN ESTOMATOLOGÍA
	Tipo de materia (Obli/Opta):	Obligatoria
	Clave de la materia:	LEO1001
	Semestre:	Decimo
	Área en plan de estudios (B, P y E):	Basica/Generica
	Total de horas por semana:	4 horas
	<i>Teoría: Presencial o Virtual</i>	2 horas
	<i>Laboratorio o Taller:</i>	0 horas
	<i>Prácticas:</i>	0 horas
	<i>Trabajo extra-clase:</i>	2 horas
	Créditos Totales:	4 créditos
	Total de horas semestre (x 16 sem.):	64 horas
	Fecha de actualización:	31/10/2024
	<i>Prerrequisito (s):</i>	Ninguno
DESCRIPCIÓN DE LA MATERIA Y/O UNIDAD DE APRENDIZAJE:		
<p>El curso, fundamentado en los principios de la Fundación Wadhwani, responde a la creciente necesidad de formar profesionales con visión emprendedora y competencias clave para la empleabilidad en un entorno económico en constante cambio. En un contexto donde las oportunidades de negocio son competitivas y exigen soluciones innovadoras, este curso brinda a los estudiantes las herramientas necesarias para identificar y desarrollar propuestas de valor que impacten positivamente tanto en su crecimiento profesional como en el desarrollo de sus comunidades.</p> <p>A través de un enfoque práctico y dinámico que combina teoría y aplicación, el curso guía a los estudiantes en el proceso de identificar oportunidades, evaluar riesgos y ejecutar proyectos con impacto social. Los estudiantes también desarrollarán habilidades para mejorar sus competencias laborales, gestionar recursos efectivamente y aplicar una perspectiva ética y crítica en la toma de decisiones.</p> <p>Al finalizar el curso, se espera que los estudiantes hayan desarrollado no solo una mentalidad emprendedora y habilidades de negocio, sino también una visión crítica y responsable para aplicar estas competencias en proyectos que beneficien a sus comunidades y contribuyan al bienestar colectivo desde una perspectiva inclusiva y equitativa.</p>		
COMPETENCIAS A DESARROLLAR:		
<p>BASICA/GENERICAS B1Excelencia y Desarrollo Humano B1.1 B1.7 B1.La excelencia educativa promueve el desarrollo humano integral con resultados tangibles obtenidos en la formación de profesionales con conciencia ética y solidaria, pensamiento crítico y creativo, así como una capacidad innovadora y productiva.</p>		

B4 Transformación Digital B4.7 B4.9

B4. Transforma la cultura digital en la sociedad, en las organizaciones e instituciones educativas para aprovechar al máximo el potencial de las tecnologías y herramientas digitales, con responsabilidad y ética solidaria

B5 Innovación y Emprendimiento Social B5.1 B5.3 B5.4

B5. Construye de forma colaborativa con actores académicos y no académicos, proyectos innovadores de emprendimiento social considerando los avances científicos y tecnológicos para la transformación de la sociedad

DOMINIOS Y/O DESEMPEÑOS	OBJETOS DE ESTUDIO Y CONTENIDOS	RESULTADOS DE APRENDIZAJE	METODOLOGÍA (Estrategias, recursos didácticos, secuencias didácticas...)	EVIDENCIAS DE DESEMPEÑO
<p>B5.1. Analiza y prioriza las necesidades de las personas y sus comunidades, para el diseño de proyectos innovadores interinstitucionales e intercomunitarios.</p> <p>B1.7. Participa en el desarrollo de propuestas y soluciones en el marco de la innovación y pertinencia social</p> <p>B5.3. Co-colabora en la construcción de proyectos de emprendimiento social con iniciativas ciudadanas enfocadas a la participación, emancipación y desarrollo de autonomía de grupos vulnerables marginados, así como de economía social y solidaria.</p>	<p>Objeto de Estudio I</p> <p>Milestone 1: Descubrimiento</p> <p>1.1. Introducción al emprendimiento.</p> <p>1.2. Creencias limitadoras del emprendimiento.</p> <p>1.3. Tipos de emprendimiento.</p> <p>1.4. Construcción de equipos de trabajo.</p> <p>1.4.1. Diferencia entre grupo y equipo.</p> <p>1.4.2. Roles en un equipo.</p> <p>1.5. Problema-Oportunidad</p> <p>1.6. Validación del problema</p> <p>1.6.1. Modelo CANVAS.</p> <p>1.6.2. Herramientas de validación.</p>	<p>El alumno Identifica los fundamentos del emprendimiento.</p> <p>Analiza las diferentes creencias del emprendimiento.</p> <p>Organiza. un equipo de trabajo.</p> <p>Identifica áreas de oportunidad en problemas valiosos.</p> <p>Valida las soluciones de los problemas.</p> <p>Prepara a los estudiantes para diseñar soluciones emprendedoras y socialmente responsables, fortaleciendo sus capacidades de liderazgo, análisis y trabajo en equipo en el contexto del emprendimiento social.</p>	<p>Discusión y debates</p> <p>Aprendizaje orientado en proyectos</p> <p>Aprendizaje basado en problemas</p> <p>Exposición por estudiante</p> <p>Exposiciones del profesor</p> <p>Análisis y discusión en grupos</p>	<p>Documento El equipo entregará la plantilla de Test de Belbin y adecuará los roles del equipo.</p> <p>Documento Declaración del problema.</p> <p>Documento Validación del problema.</p> <p>Proyecto Preentrega M1.</p>
<p>B5.1. Analiza y prioriza las necesidades de las personas y sus comunidades, para</p>	<p>Objeto de Estudio II</p> <p>Milestone 2: Ideación</p>	<p>Identifica y analiza las necesidades del</p>	<p>Discusión y debates</p> <p>Aprendizaje orientado en proyectos</p>	<p>Documento Llenado del formato del arquetipo del cliente.</p>

<p>el diseño de proyectos innovadores interinstitucionales e intercomunitarios.</p> <p>B5.4.Promueve la participación de la comunidad en proyectos de emprendimiento y transformación comunitaria y social para proporcionar los cambios sociales que se necesiten.</p> <p>B4.9.Se mantiene actualizado en tendencias y herramientas digitales.</p> <p>B4.7.Colabora de forma transdisciplinar en el desarrollo de propuestas de innovación y transformación que impulsen el bienestar de las comunidades y la sociedad.</p>	<p>2.1.Segmentación de mercado.</p> <p>2.1.1. TAM, SAM, SOM.</p> <p>2.1.2. Nichos de mercado.</p> <p>2.2.Propuesta de valor.</p> <p>2.2.1. Arquetipo de cliente.</p> <p>2.2.2. Círculo de la propuesta de valor.</p> <p>2.3.Solución de la propuesta de valor</p> <p>2.3.1. Cuadrado de la propuesta de valor.</p>	<p>mercado a través de la segmentación, utilizando herramientas digitales para calcular TAM, SAM y SOM, y determinando nichos específicos para el diseño de proyectos innovadores.</p> <p>Desarrolla propuestas de valor adaptadas a las características y necesidades de los arquetipos de cliente, utilizando el círculo de la propuesta de valor para garantizar impacto positivo y relevancia en contextos comunitarios.</p> <p>Formula soluciones para la propuesta de valor mediante el uso del cuadrado de valor, integrando herramientas tecnológicas para validar su viabilidad y asegurar su impacto en las comunidades.</p>	<p>Aprendizaje basado en problemas</p> <p>Exposición por estudiante</p> <p>Exposiciones del profesor</p> <p>Análisis y discusión en grupos</p>	<p>Documento Llenar el formato de segmentación del mercado.</p> <p>Documento Llenar el formato de lienzo de propuesta de valor.</p> <p>Proyecto Preentrega M2.</p>
<p>B1.1.Desarrolla el pensamiento crítico a partir de la libertad, el análisis, la reflexión y la argumentación.</p> <p>B5.1.Analiza y prioriza las necesidades de las personas y sus comunidades, para</p>	<p>Objeto de estudio III</p> <p>Milestone 3: Modelo de Negocio</p> <p>3.1.Prototipo y solución.</p> <p>3.1.1. Tipos de prototipos.</p> <p>3.2. Competencia</p> <p>3.2.1. Análisis de competencia.</p> <p>3.2.2. Ventaja competitiva.</p>	<p>Diseña prototipos funcionales de soluciones innovadoras, identificando el tipo de prototipo más adecuado a las necesidades del proyecto, y analiza la viabilidad de las soluciones en función del contexto comunitario.</p>	<p>Discusión y debates</p> <p>Aprendizaje orientado en proyectos</p> <p>Aprendizaje basado en problemas</p> <p>Exposición por estudiante</p> <p>Exposiciones del profesor</p>	<p>Documento Llenado del formato del prototipo: Producto Mínimo viable.</p> <p>Esquema Llenar el formato de Gráfica comparativa de competencia.</p> <p>Esquema</p>

<p>el diseño de proyectos innovadores interinstitucionales e intercomunitarios. B5.3.Co-colabora en la construcción de proyectos de emprendimiento social con iniciativas ciudadanas enfocadas a la participación, emancipación y desarrollo de autonomía de grupos vulnerables marginados, así como de economía social y solidaria.</p>	<p>3.2.3. Ventaja injusta. 3.3. Modelo de negocio. 3.3.1. Lean Canvas. 3.4. Validación. 3.4.1. Focus Group. 3.4.2. Validación del focus group.</p>	<p>Realiza un análisis detallado de la competencia, identificando ventajas competitivas e injustas, para proponer estrategias que impulsen proyectos de emprendimiento social y beneficien a comunidades vulnerables.</p> <p>Desarrolla un modelo de negocio basado en el Lean Canvas y valida su propuesta a través de focus groups, integrando retroalimentación para mejorar la solución y fomentar la participación comunitaria.</p>	<p>Análisis y discusión en grupos</p>	<p>Llenar el formato Lean Business Canvas. Cuestionario El alumno aplica entrevistas para la validación del problema.</p> <p>Proyecto Preentrega M3.</p>
<p>B5.3.Co-colabora en la construcción de proyectos de emprendimiento social con iniciativas ciudadanas enfocadas a la participación, emancipación y desarrollo de autonomía de grupos vulnerables marginados, así como de economía social y solidaria.</p> <p>B1.7.Participa en el desarrollo de propuestas y soluciones en el marco de la innovación y pertinencia social B5.4.Promueve la participación de la comunidad en proyectos de emprendimiento y transformación comunitaria y social</p>	<p>Objeto de estudio IV</p> <p>Milestone 4: Consolidación</p> <p>3.5.Ventas. 3.5.1. Plan de ventas 3.5.2. Embudo de ventas. 3.5.3. Estrategias para aumentar ventas. 3.5.4. Canales de ventas. 3.6.Marketing. 3.6.1. Plan de marketing. 3.6.2. Branding. 3.6.3. Marketing digital. 3.6.4. NADIC. 3.7.Finanzas teóricas. 3.7.1. Conceptos básicos financieros. 3.7.2. Presupuesto.</p>	<p>Desarrolla planes estratégicos de ventas y marketing que incluyan embudos de ventas, branding y marketing digital para maximizar el impacto social y económico de proyectos de emprendimiento comunitario.</p> <p>Elabora planes financieros sólidos que incluyan presupuesto, indicadores financieros, costos unitarios y proyecciones de ventas, optimizando los recursos en proyectos de economía social y solidaria.</p> <p>Diseña y presenta pitches efectivos utilizando storytelling</p>	<p>Simulación de Estrategias de Marketing y Ventas</p> <p>Laboratorio de Finanzas Comunitarias</p> <p>Competencia de Pitches de Impacto Social</p> <p>Google Workspace, Canva, Miro, Excel/Google Sheets</p>	<p>Simulación</p> <p>El equipo entrega la plantilla de plan de ventas y marketing.</p> <p>Documento Definir una identidad del proyecto de emprendimiento y estrategias de Branding.</p> <p>Simulación El equipo entrega el llenado de la plantilla de plan financiero.</p> <p>Documento Entregar las estrategias de financiamiento.</p> <p>Documento Entrega del formato Pitch Deck.</p>

<p>para proporcionar los cambios sociales que se necesiten.</p> <p>B5.1. Analiza y prioriza las necesidades de las personas y sus comunidades, para el diseño de proyectos innovadores interinstitucionales e intercomunitarios.</p>	<p>3.7.3. Estados financieros.</p> <p>3.7.4. Indicadores financieros.</p> <p>3.7.5. Proyecciones financieras.</p> <p>3.8. Finanzas aplicadas.</p> <p>3.8.1. Plan financiero.</p> <p>3.8.2. Inversión y capital.</p> <p>3.8.3. Crédito.</p> <p>3.8.4. Gastos fijos.</p> <p>3.8.5. Costo unitario.</p> <p>3.8.6. Proyección de ventas.</p> <p>3.8.7. Estado de resultados y flujo de efectivo.</p> <p>3.8.8. Indicadores.</p> <p>3.9. Financiamiento</p> <p>3.9.1. Bootstrapping.</p> <p>3.9.2. Family, Friends and Fools (FFF).</p> <p>3.9.3. Crowdfunding.</p> <p>3.9.4. Capital de riesgo.</p> <p>3.10. Pitching.</p> <p>3.10.1. Tipos de Pitch.</p> <p>3.10.2. Pitch Deck.</p> <p>3.10.3. Efecto Woow!</p> <p>3.10.4. Storytelling.</p>	<p>y estrategias como el efecto <i>Woow</i>, integrando modelos de financiamiento como crowdfunding y capital de riesgo para atraer recursos hacia proyectos de impacto comunitario.</p>		<p>Exposición Pitch Deck.</p> <p>Proyecto Preentrega M4.</p>
--	---	--	--	--

FUENTES DE INFORMACIÓN (Bibliografía, direcciones electrónicas)	EVALUACIÓN DE LOS APRENDIZAJES (Criterios, ponderación e instrumentos)
<ol style="list-style-type: none"> Frederick, D. P. (2022). <i>Recent Trends in Neuro marketing – An Exploratory Study</i>. International Journal Of Case Studies In Business IT And Education, 38-60. file:///C:/Users/coral/Downloads/ssrn-4029197.pdf Martínez, N. (2021). <i>ProtoThinking®: El diseño como conector entre una idea y su prototipo</i>. ACTIO Journal Of Technology In Design Film Arts And Visual Communication, 5(1), 73-91. ISBN: 1497449138. https://revistas.unal.edu.co/index.php/actio/article/view/97000/80142 	<p>Primer Parcial</p> <p><input type="checkbox"/> Evidencias de desempeño 100% -Pre entrega M1 y Pre entrega M2.</p> <p>Segundo Parcial</p> <p><input type="checkbox"/> Evidencias de desempeño 100% - Pre entrega M3.</p> <p>Tercer Parcial</p> <p><input type="checkbox"/> Evidencias de desempeño 100% - Pre entrega M4.</p> <p>Calificación Final</p> <p><input type="checkbox"/> Evidencias de desempeño primer, segundo y tercer parcial. 70%</p> <p><input type="checkbox"/> Entrega de Producto final 30%</p>

<p>3. Ramos-Enrriquez, V., Duque, P., & Salazar, J. A. V. (2021). <i>Responsabilidad Social Corporativa y Emprendimiento: evolución y tendencias de investigación</i>. Desarrollo Gerencial, 13(1), 1-34. https://revistas.unisimon.edu.co/index.php/desarrollogerencial/article/view/4210</p> <p>4. Dwivedi, Y. K., Ismagilova, E., Hughes, D. L., Carlson, J., Filieri, R., Jacobson, J., Jain, V., Karjaluoto, H., Kefi, H., Krishen, A. S., Kumar, V., Rahman, M. M., Raman, R., Rauschnabel, P. A., Rowley, J., Salo, J., Tran, G. A., & Wang, Y. (2020). <i>Setting the future of digital and social media marketing research: Perspectives and research propositions</i>. International Journal Of Information Management, 59, 102168. https://www.sciencedirect.com/science/article/pii/S0268401220308082</p> <p>5. Appelo, J. (2019). <i>Startup, scaleup, screwup: 42 Tools to Accelerate Lean and Agile Business Growth</i>. John Wiley & Sons. ISBN: 9781119526797.</p> <p>6. Klement, A. (2018). <i>When Coffee and Kale Compete: Become Great at Making Products People Will Buy</i>. Createspace Independent Publishing Platform. ISBN: 9781534873063.</p> <p>7. Pritchett, G. (2014). Value Proposition Design: How to Create Products and Services Customers Want. Central European Business Review, 3(4), 52. ISBN: 978-1-118-96805-5.</p>	<p>*El alumno debe cumplir con el 80% de la asistencia para tener derecho a examen final. *Calificación aprobatoria mínima de 7. *Todos los alumnos deberán entregar trabajo final. * El equipo presenta el producto final con todas las correcciones realizadas durante el semestre, mismo que se presentara en una sesión de Pitch.</p> <p>Examen no ordinario. <input type="checkbox"/> No aplica.</p>
---	--

Cronograma del avance programático

Objetos de aprendizaje	Semanas															
	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	16
Objeto de estudio 1	X	X														
Objeto de estudio 2			X	X	X	X										
Objeto de estudio 3							X	X	X	X						
Objeto de estudio 4											X	X	X	X	X	X

