PLAN DE ESTUDIOS: **Licenciatura en Psicología**	**FECHA DE ACTUALIZACIÓN DE LA UDI:** (21 de junio de 2024)
UNIDAD DIDÁCTICA: **Emprendimiento**	**SEMESTRE:** 10o
CRÉDITOS: **5**	**RESPONSABLE(S) DE LA UDI:** **Dra. Flor de María García Martínez**
HORAS/SEMANA: **Intervención docente** | **Total** **Teoría 5** | **Práctica**	**MODALIDAD:** Presencial (X) A distancia ( ) Hibrida ( )
ETAPA DE FORMACIÓN: Básica o inicial ( ) Disciplinar ( ) Especialización o terminal ( ) Optativa (X)	**EJE CURRICULAR o LGAC (en caso de posgrado de investigación)** **NO APLICA**
UDI's PRECEDENTES: **NO APLICA**	**UDI's SUBSECUENTES:** **NO APLICA**

COMPETENCIA DE LA UDI:	Desarrollar proyectos emprendedores innovadores mediante la aplicación de metodologías ágiles y herramientas de gestión empresarial, para crear propuestas de valor que respondan a necesidades del mercado y generen impacto económico y social. **QUÉ:** Desarrollar proyectos emprendedores innovadores. **CÓMO:** Mediante la aplicación de metodologías ágiles y herramientas de gestión empresarial. **PARA QUÉ:** Para crear propuestas de valor que respondan a necesidades del mercado y generen impacto económico y social.
CONTRIBUCIÓN DE LA UDI AL PERFIL DE EGRESO	Identificar oportunidades de negocio y crear empresas innovadoras, aplicando conocimientos multidisciplinarios y habilidades de liderazgo para generar valor económico y social en diversos sectores productivos. Esta contribución implica que el egresado podrá:

	1. Analizar el entorno económico y social para detectar necesidades del mercado. 2. Diseñar modelos de negocio sostenibles y escalables. 3. Desarrollar habilidades de liderazgo y trabajo en equipo. 4. Aplicar conocimientos de diversas disciplinas en la creación de soluciones empresariales. 5. Gestionar recursos humanos, financieros y tecnológicos de manera eficiente. 6. Evaluar y mitigar riesgos asociados a nuevos emprendimientos. 7. Fomentar la innovación y la mejora continua en procesos empresariales.

SABERES ACTITUDINALES	Los saberes actitudinales para la UDI de Emprendimiento son los siguientes: 1. Proactividad en la búsqueda de oportunidades de negocio. 2. Resiliencia frente a los desafíos y fracasos. 3. Apertura a la innovación y al pensamiento creativo. 4. Compromiso ético en la toma de decisiones empresariales. 5. Responsabilidad social y ambiental en el desarrollo de proyectos. 6. Adaptabilidad ante los cambios del entorno empresarial. 7. Perseverancia en la consecución de objetivos a largo plazo. 8. Empatía hacia las necesidades de clientes y colaboradores. 9. Disposición para el aprendizaje continuo y la actualización constante. 10. Liderazgo colaborativo y capacidad de trabajo en equipo. 11. Autoconfianza en las propias habilidades emprendedoras. 12. Tolerancia al riesgo y a la incertidumbre. 13. Curiosidad por explorar nuevas ideas y tecnologías. 14. Respeto por la diversidad de opiniones y enfoques en el ámbito empresarial. 15. Entusiasmo por generar impacto positivo en la sociedad a través del emprendimiento.

UNIDAD DE COMPETENCIA 1 (FUNDAMENTOS DEL EMPRENDIMIENTO Y LA INNOVACION)	
Analizar los conceptos básicos del emprendimiento y la innovación mediante el estudio de casos y tendencias actuales, para identificar oportunidades de negocio en el entorno económico y social.	
DESEMPEÑOS	Fundamentos del emprendimiento y la innovación **1.1 Introducción al emprendimiento** 1.1.1. Definición y características del emprendimiento 1.1.2. Tipos de emprendimiento (social, tecnológico, intraemprendimiento) 1.1.3. El ecosistema emprendedor **1.2 El perfil del emprendedor** 1.2.1. Características y habilidades del emprendedor 1.2.2. Mindset emprendedor 1.2.3. Autoevaluación de competencias emprendedoras **1.3 Innovación y creatividad en el emprendimiento** 1.3.1. Conceptos básicos de innovación 1.3.2. Tipos de innovación (incremental, disruptiva, abierta) 1.3.3. Técnicas de creatividad y generación de ideas **1.4 Tendencias y oportunidades en el emprendimiento actual** 1.4.1. Análisis de tendencias globales y locales 1.4.2. Sectores emergentes y nichos de mercado 1.4.3. Emprendimiento digital y tecnológico **1.5 Casos de estudio de emprendimientos exitosos** 1.5.1. Análisis de startups innovadoras 1.5.2. Lecciones aprendidas de emprendedores destacados 1.5.3. Factores clave de éxito y fracaso en emprendimientos **1.6 Introducción al proceso emprendedor** 1.6.1. Fases del proceso emprendedor 1.6.2. Metodologías ágiles para emprender (Lean Startup, Design Thinking) 1.6.3. Herramientas para la ideación y validación de proyectos

UNIDAD DE COMPETENCIA 2 (MODELO DE NEGOCIO Y PROPUESTA DE VALOR)	
Diseñar modelos de negocio innovadores utilizando herramientas como el Business Model Canvas y técnicas de ideación, para crear propuestas de valor que resuelvan problemas reales del mercado.	
DESEMPEÑOS	Modelo de negocio y propuesta de valor **2.1 Introducción a los modelos de negocio** 2.1.1. Definición y componentes de un modelo de negocio 2.1.2. Evolución de los modelos de negocio en la era digital 2.1.3. Importancia del modelo de negocio en el emprendimiento **2.2 Business Model Canvas**

	2.2.1. Los nueve bloques del Business Model Canvas 2.2.2. Cómo utilizar el Business Model Canvas 2.2.3. Análisis de casos prácticos usando el Canvas **2.3 Propuesta de valor** 2.3.1. Definición y elementos clave de una propuesta de valor 2.3.2. Value Proposition Canvas 2.3.3. Técnicas para crear propuestas de valor únicas **2.4 Segmentación de clientes** 2.4.1. Importancia de la segmentación en el modelo de negocio 2.4.2. Métodos de segmentación de mercado 2.4.3. Creación de perfiles de cliente (buyer personas) **2.5 Canales y relaciones con clientes** 2.5.1. Tipos de canales de distribución y comunicación 2.5.2. Estrategias de gestión de relaciones con clientes 2.5.3. Omnicanalidad y experiencia del cliente **2.6 Iteración y pivoteo del modelo de negocio** 2.6.1. Técnicas para validar hipótesis del modelo de negocio 2.6.2. Cuándo y cómo pivotar el modelo de negocio 2.6.3. Adaptación del modelo a diferentes contextos y mercados

UNIDAD DE COMPETENCIA 3 (ESTUDIO DE MERCADO Y VALIDACION DE IDEAS)	
Realizar investigaciones de mercado y pruebas de concepto aplicando metodologías ágiles y técnicas de recolección de datos, para evaluar la viabilidad y potencial de ideas de negocio.	
DESEMPEÑOS	**3.1 Fundamentos de la investigación de mercados** 3.1.1. Importancia del estudio de mercado en el emprendimiento 3.1.2. Tipos de investigación de mercado (cualitativa y cuantitativa) 3.1.3. Proceso de investigación de mercados **3.2 Análisis del entorno de mercado** 3.2.1. Análisis PESTEL (Político, Económico, Social, Tecnológico, Ecológico y Legal) 3.2.2. Análisis de las cinco fuerzas de Porter 3.2.3. Identificación de tendencias y oportunidades de mercado **3.3 Segmentación y definición del mercado objetivo** 3.3.1. Criterios de segmentación de mercado 3.3.2. Evaluación y selección de segmentos 3.3.3. Definición del perfil del cliente ideal **3.4 Técnicas de recolección de datos** 3.4.1. Diseño de encuestas y cuestionarios 3.4.2. Entrevistas en profundidad y focus groups 3.4.3. Observación y etnografía

	3.4.4. Uso de fuentes secundarias y big data **3.5 Validación de ideas de negocio** 3.5.1 Concepto de producto mínimo viable (MVP) 3.5.2 Técnicas de prototipado rápido 3.5.3. Test A/B y experimentos de validación **3.6 Metodologías ágiles para la validación** 3.6.1. Lean Startup y ciclo construir-medir-aprender 3.6.2. Design Thinking en la validación de ideas 3.6.3. Customer Development y problem-solution fit

UNIDAD DE COMPETENCIA 4 (MARKETING Y ESTRATEGIAS DE CRECIMIENTO)	
Formular estrategias de marketing digital y tradicional, así como planes de expansión, utilizando técnicas de segmentación y posicionamiento, para aumentar la visibilidad y participación del emprendimiento en el mercado.	
DESEMPEÑOS	**4.1 Fundamentos del marketing para emprendedores** 4.1.1. Conceptos básicos de marketing 4.1.2. El marketing mix (4Ps) en el contexto emprendedor 4.1.3. Marketing orientado al cliente vs. marketing orientado al producto **4.2 Estrategia de marketing y posicionamiento** 4.2.1. Definición de la propuesta única de valor 4.2.2. Estrategias de diferenciación y posicionamiento 4.2.3. Desarrollo de la marca y branding para startups **4.3 Marketing digital para emprendimientos** 4.3.1. Fundamentos del marketing digital 4.3.2. Estrategias de content marketing 4.3.3. SEO y SEM para startups 4.3.4. Social media marketing y community management **4.4 Growth Hacking** 4.4.1. Concepto y principios del growth hacking 4.4.2. Técnicas y herramientas de growth hacking 4.4.3. Métricas clave para el crecimiento (KPIs) 4.4.4. Experimentación y optimización continua **4.5 Estrategias de expansión y escalabilidad** 4.5.1. Modelos de crecimiento para startups 4.5.2. Estrategias de penetración de mercado 4.5.3. Desarrollo de nuevos productos/servicios 4.5.4. Expansión geográfica y nuevos mercados **4.8 Analítica y medición de resultados** 4.8.1. Herramientas de analítica web y móvil 4.8.2. Interpretación de datos y toma de decisiones 4.8.3. Optimización de la conversión (CRO)

UNIDAD DE COMPETENCIA 5 (PITCH Y PRESENTACION DE PROYECTOS)	
Elaborar y presentar pitches efectivos utilizando técnicas de storytelling y herramientas de presentación visual, para comunicar convincentemente la propuesta de valor del proyecto a inversionistas, clientes y otros stakeholders.	
DESEMPEÑOS	**5.1 Fundamentos del pitch** 5.1.1. Definición y tipos de pitch (elevator pitch, investor pitch, sales pitch) 5.1.2. Importancia del pitch en el ecosistema emprendedor 5.1.3. Elementos clave de un pitch efectivo **5.2 Estructura del pitch** 5.2.1. Formatos comunes de pitch (3 minutos, 5 minutos, 10 minutos) 5.2.2. Componentes esenciales de un pitch deck 5.2.3. Secuencia lógica y narrativa del pitch **5.3 Storytelling para emprendedores** 5.3.1. Principios del storytelling aplicados al pitch 5.3.2. Creación de una narrativa convincente 5.3.3. Uso de anécdotas y ejemplos para conectar con la audiencia **5.4 Diseño visual del pitch deck** 5.4.1. Principios de diseño para presentaciones 5.4.2. Uso efectivo de gráficos, imágenes y datos 5.4.3. Herramientas y software para crear presentaciones impactantes **5.5 Comunicación verbal y no verbal** 5.5.1. Técnicas de oratoria y manejo de voz 5.5.2. Lenguaje corporal y presencia escénica 5.5.3. Manejo de nervios y técnicas de relajación **5.6 Tecnología y herramientas para el pitch** 5.6.1. Uso de demos y prototipos en la presentación 5.6.2. Integración de elementos multimedia 5.6.3. Pitching en entornos virtuales y remotos **5.7 Evaluación y mejora continua** 5.7.1. Métricas de éxito para un pitch 5.7.2. Recopilación y análisis de feedback 5.7.3. Iteración y refinamiento del pitch
ESTRATEGIAS DE ENSEÑANZA Y APRENDIZAJE	✓ **Aprendizaje basado en proyectos Estrategia:** Desarrollar un proyecto de emprendimiento social o clínico a lo largo del curso. Aprendizaje: Aplicar conceptos psicológicos para crear soluciones innovadoras a problemas de salud mental o bienestar.

	✓ **Estudios de caso Estrategia:** Analizar casos de emprendimientos exitosos en el campo de la psicología. Aprendizaje: Identificar factores psicológicos que contribuyen al éxito empresarial en el sector de la salud mental. ✓ **Simulaciones de mercado Estrategia:** Crear simulaciones de mercado para servicios psicológicos. Aprendizaje: Comprender la dinámica de oferta y demanda en el sector de la salud mental y servicios psicológicos.
	✓ **Design Thinking aplicado a la psicología Estrategia:** Utilizar metodologías de Design Thinking para diseñar servicios psicológicos innovadores. Aprendizaje: Desarrollar empatía y centrar las soluciones en el usuario/paciente. ✓ **Pitch de servicios psicológicos Estrategia:** Preparar y presentar pitches para servicios psicológicos innovadores. Aprendizaje: Comunicar efectivamente el valor de los servicios psicológicos a diferentes audiencias. ✓ **Análisis ético de modelos de negocio Estrategia:** Evaluar los aspectos éticos de diferentes modelos de negocio en psicología. Aprendizaje: Desarrollar modelos de negocio que equilibren la rentabilidad con la ética profesional psicológica.
	✓ **Investigación de mercado en salud mental Estrategia**: Conducir investigaciones de mercado sobre necesidades de salud mental no atendidas. Aprendizaje: Aplicar métodos de investigación psicológica al análisis de mercado. ✓ **Talleres de soft skills Estrategia:** Realizar talleres para desarrollar habilidades como liderazgo, comunicación y resiliencia. Aprendizaje: Fortalecer competencias psicológicas clave para el éxito emprendedor. ✓ **Prototipado de apps o tecnologías psicológicas Estrategia:** Crear prototipos de apps o tecnologías para intervenciones psicológicas. Aprendizaje: Integrar conocimientos psicológicos con innovación tecnológica.

	REQUERIMIENTOS DIDACTICOS **Recursos tecnológicos:**

REQUERIMIENTOS DIDÁCTICOS Y ESCENARIOS	✓ Computadoras con acceso a internet ✓ Software de diseño para prototipos (ej. Figma, Adobe XD). ✓ Plataformas de videoconferencia para mentorías virtuales. ✓ Herramientas de gestión de proyectos (ej. Trello, Asana)
	Materiales de aprendizaje: ✓ Libros de texto sobre emprendimiento y psicología organizacional ✓ Casos de estudio de emprendimientos exitosos en psicología ✓ Plantillas de Business Model Canvas adaptadas al sector de la salud mental ✓ Guías de ética profesional en psicología
	Recursos humanos: ✓ Profesor con experiencia en emprendimiento y conocimientos en psicología ✓ Mentores invitados (psicólogos emprendedores) ✓ Profesionales de negocios para talleres específicos.
	Espacios físicos: ✓ Aula flexible para trabajo en equipo y presentaciones ✓ Laboratorio de informática para desarrollo de prototipos digitales ✓ Espacio de co-working para simular ambiente emprendedor
	ESCENARIOS DE APRENDIZAJE **Aula interactiva:** ✓ Configuración flexible para facilitar discusiones grupales y presentaciones ✓ Equipada con proyector y pizarras para brainstorming

	Laboratorio de innovación psicológica: ✓ Espacio para desarrollo y prueba de prototipos de servicios psicológicos ✓ Equipado con tecnología para simulaciones y pruebas de usuario **Clínica psicológica simulada:** ✓ Ambiente que simule una clínica real para prácticas de atención al cliente y gestión ✓ Equipada con sistemas de registro y gestión de pacientes
	Espacio de networking: ✓ Área diseñada para eventos de networking con profesionales y potenciales inversores ✓ Configuración tipo lounge para interacciones informales **Sala de pitch:** ✓ Espacio equipado para presentaciones profesionales ✓ Sistemas de grabación para revisión y feedback de pitches **Entorno virtual de aprendizaje:** ✓ Plataforma en línea para acceso a recursos, foros de discusión y entregas de proyectos ✓ Capacidad para webinars y sesiones de mentoría virtual
	Incubadora de startups psicológicos: ✓ Espacio de trabajo compartido para desarrollar proyectos a largo plazo ✓ Acceso a recursos de oficina y asesoría empresarial **Sala de focus group:** ✓ Equipada para realizar investigaciones de mercado y pruebas de concepto ✓ Con sistemas de observación y grabación **Biblioteca especializada:**

	✓ Sección dedicada a literatura sobre emprendimiento en psicología y salud mental ✓ Acceso a bases de datos de investigación de mercado y tendencias en salud mental **Espacio de mindfulness y creatividad:** ✓ Área diseñada para sesiones de brainstorming y técnicas de creatividad ✓ Ambiente que promueva la relajación y el pensamiento innovador

EVALUACIÓN:

ESQUEMA DE EVALUACIÓN Y PARÁMETROS	
CRITERIOS DE DESEMPEÑO	**VALOR**
1. Evaluaciones escritas u orales	15 %
2. Tareas, investigación, participación en clase, etc.	30 %
3. Exposición por equipos	15 %
4. Portafolio, bitácora, diario de campo, mapas (mentales, conceptuales, cognitivos) etc	10 %
5. Proyecto final	30 %
Total	100%

BIBLIOGRAFÍA:

FUENTES DOCUMENTALES CLÁSICAS

1. Berkun, S. (2010). Confessions of a Public Speaker. O'Reilly Media.
2. Blank, S. (2013). The Four Steps to the Epiphany: Successful Strategies for Products that Win. K&S Ranch.
3. Brown, T. (2009). Change by Design: How Design Thinking Transforms Organizations and Inspires Innovation. HarperBusiness.
4. Christensen, C. M. (2016). The Innovator's Dilemma: When New Technologies Cause Great Firms to Fail. Harvard Business Review Press.
5. Coughter, P. (2012). The Art of the Pitch: Persuasion and Presentation Skills that Win Business. Palgrave Macmillan.
6. Croll, A., & Yoskovitz, B. (2013). Lean Analytics: Use Data to Build a Better Startup Faster. O'Reilly Media.
7. Drucker, P. F. (2014). Innovation and Entrepreneurship. Routledge.
8. Duarte, N. (2012). HBR Guide to Persuasive Presentations. Harvard Business Review Press.
9. Gallo, C. (2014). Talk Like TED: The 9 Public-Speaking Secrets of the World's Top Minds. St. Martin's Press.
10. Gassmann, O., Frankenberger, K., & Csik, M. (2014). The Business Model Navigator: 55 Models That Will Revolutionise Your Business. Pearson UK.
11. Halligan, B., & Shah, D. (2014). Inbound Marketing: Attract, Engage, and Delight Customers Online. John Wiley & Sons.
12. Isenberg, D. J. (2010). How to start an entrepreneurial revolution. Harvard Business Review, 88(6), 40-50.
13. Kaushik, A. (2009). Web Analytics 2.0: The Art of Online Accountability and Science of Customer Centricity. John Wiley & Sons.
14. Kawasaki, G. (2015). The Art of the Start 2.0: The Time-Tested, Battle-Hardened Guide for Anyone Starting Anything. Portfolio.
15. Kelley, T., & Kelley, D. (2013). Creative Confidence: Unleashing the Creative Potential Within Us All. Crown Business.
16. Kim, W. C., & Mauborgne, R. (2015). Blue Ocean Strategy, Expanded Edition: How to Create Uncontested Market Space and Make the Competition Irrelevant. Harvard Business Review Press.
17. Klaff, O. (2011). Pitch Anything: An Innovative Method for Presenting, Persuading, and Winning the Deal. McGraw-Hill Education.
18. Kotler, P., & Armstrong, G. (2018). Principles of Marketing (17th ed.). Pearson.
19. Levinson, J. C. (2007). Guerrilla Marketing: Easy and Inexpensive Strategies for Making Big Profits from Your Small Business. Houghton Mifflin Harcourt.
20. Maurya, A. (2012). Running Lean: Iterate from Plan A to a Plan That Works. O'Reilly Media.

21. Maurya, A. (2012). Running Lean: Iterate from Plan A to a Plan That Works. O'Reilly Media.
22. Monarth, H. (2014). Breakthrough Communication: A Powerful 4-Step Process for Overcoming Resistance and Getting Results. McGraw-Hill Education.
23. Osterwalder, A., & Pigneur, Y. (2010). Business Model Generation: A Handbook for Visionaries, Game Changers, and Challengers. John Wiley & Sons.
24. Osterwalder, A., Pigneur, Y., Bernarda, G., & Smith, A. (2014). Value Proposition Design: How to Create Products and Services Customers Want. John Wiley & Sons.
25. Osterwalder, A., Pigneur, Y., Bernarda, G., & Smith, A. (2014). Value Proposition Design: How to Create Products and Services Customers Want. John Wiley & Sons.
26. Porter, M. E. (2008). The Five Competitive Forces That Shape Strategy. Harvard Business Review, 86(1), 78-93.
27. Reynolds, G. (2011). Presentation Zen: Simple Ideas on Presentation Design and Delivery. New Riders.
28. Ries, E. (2011). The Lean Startup: How Today's Entrepreneurs Use Continuous Innovation to Create Radically Successful Businesses. Crown Business.
29. Ries, E. (2011). The Lean Startup: How Today's Entrepreneurs Use Continuous Innovation to Create Radically Successful Businesses. Crown Business.
30. Ries, E. (2011). The Lean Startup: How Today's Entrepreneurs Use Continuous Innovation to Create Radically Successful Businesses. Crown Business.
31. Sinek, S. (2009). Start with Why: How Great Leaders Inspire Everyone to Take Action. Portfolio.
32. Sinek, S. (2009). Start with Why: How Great Leaders Inspire Everyone to Take Action. Portfolio.
33. Teece, D. J. (2010). Business models, business strategy and innovation. Long Range Planning, 43(2-3), 172-194. …..
34. Thiel, P., & Masters, B. (2014). Zero to One: Notes on Startups, or How to Build the Future. Crown Business. …….Osterwalder, A., & Pigneur, Y. (2010). Business Model Generation: A Handbook for Visionaries, Game Changers, and Challengers. John Wiley & Sons.

FUENTES DOCUMENTALES MODERNAS

35. Aaker, D. A. (2014). Aaker on Branding: 20 Principles That Drive Success. Morgan James Publishing.
36. Abrams, R. (2016). The Successful Business Plan: Secrets & Strategies. Planning Shop.

37. Alvarez, C. (2014). Lean Customer Development: Building Products Your Customers Will Buy. O'Reilly Media.
38. Blank, S., & Dorf, B. (2020). The Startup Owner's Manual: The Step-by-Step Guide for Building a Great Company. John Wiley & Sons.
39. Blank, S., & Dorf, B. (2020). The Startup Owner's Manual: The Step-by-Step Guide for Building a Great Company. John Wiley & Sons.
40. Chaffey, D., & Ellis-Chadwick, F. (2019). Digital Marketing: Strategy, Implementation and Practice (7th ed.). Pearson.
41. Ellis, S., & Brown, M. (2017). Hacking Growth: How Today's Fastest-Growing Companies Drive Breakout Success. Currency.
42. Hair, J. F., Bush, R. P., & Ortinau, D. J. (2020). Marketing Research in a Digital Information Environment (5th ed.). McGraw-Hill Education.
43. Holiday, R. (2014). Growth Hacker Marketing: A Primer on the Future of PR, Marketing, and Advertising. Portfolio.
44. Johnson, M. W. (2018). Reinvent Your Business Model: How to Seize the White Space for Transformative Growth. Harvard Business Review Press.
45. Malhotra, N. K. (2020). Marketing Research: An Applied Orientation (7th ed.). Pearson.