

Destinatarios:
emprendedores,
empresarios PyMES
y público en general

CURSO ARANCELADO

Consulte contenidos, cronograma, tipo de modalidad, costos,
etc. en <https://www.fce.unam.edu.ar/>

DIPLOMATURA EN EMPREENDEDORISMO E INNOVACIÓN

Inscripción a través del formulario online de la página web
Consultas: diploemprender.fce@gmail.com



UNIVERSIDAD NACIONAL DE MISIONES



FACULTAD DE CIENCIAS ECONÓMICAS

INICIO DEL CURSO:

24 MAYO 2019

Duración 6 meses. 120hs

HORA y LUGAR

Cursado: Viernes (cada 15 días)

Horario: de 14:00 a 20:30

Lugar: Facultad de Ciencias Económicas
Campus Miguel Lanús

Res.C.D.: 034/19

CUPOS LIMITADOS



DIPLOMATURA en EMPRENDEDORISMO e INNOVACIÓN

UNIVERSIDAD NACIONAL DE MISIONES

FACULTAD DE CIENCIAS ECONÓMICAS

RESOLUCIÓN CONSEJO DIRECTIVO: 034/19

JUSTIFICACIÓN

A partir de la sanción de la Ley N° 27.349 de “Apoyo al Capital Emprendedor” en nuestro país, se inició un proceso cuya matriz de desarrollo emprendedor apunta a producir, crear valor, innovar y salir a competir en el país y en el mundo. El ecosistema emprendedor tendrá una serie de beneficios por parte del estado para crear sus empresas.

Innovación podemos definir como la expansión de una idea que conduce a la creación de un nuevo producto, proceso o servicio. Siempre decimos que la invención de la idea es lo más importante pero eso es solo la primera parte, hay que generar un mercado y además darle un valor agregado y por sobre todo calidad, para que el consumidor se sienta satisfecho. Posiblemente implica transformación tecnológica y reestructuración de la gestión.

Otros significados de innovación es aprovechar la nueva tecnología. Los expertos y desarrolladores han identificado y detectado varios tipos de innovación:

- 1) Innovación de Productos: introducción de un nuevo producto o un servicio, considerablemente mejorado o modificado a través de una tecnología.
- 2) Innovación de Procesos: comprende la aplicación de un método de producción nuevo o mejorado.
- 3) Innovación de la Cadena de Suministro: transformando la entrada o salida de productos al mercado.
- 4) Innovación de Marketing: evolución de nuevos métodos de comercialización con mejoras en diseño de producto, embalaje, precio, etc.

Dentro del marco legal, se creó la figura jurídica de Sociedades por Acciones Simplificadas (SAS), que permitirá la conformación vía internet de una empresa en 24 horas. Esto incluye la



UNIVERSIDAD NACIONAL DE MISIONES

FACULTAD DE CIENCIAS ECONÓMICAS

apertura de una cuenta bancaria en el acto y el CUIT. Puede tener un único socio, con un capital mínimo de dos salarios mínimos, vitales y móviles. Además, se podrán digitalizar firma, libros y poderes.

La ley de Emprendedores creará un Registro de Instituciones de Capital Emprendedor y un Fondo Fiduciario para el Desarrollo del Capital Emprendedor (FONDCE) para que, por primera vez, el Estado pueda invertir de forma conjunta con el sector privado. Son 10 fondos con un aporte público del 40% y un capital mínimo conjunto de 30 millones de dólares. Los inversores que elijan apoyar ideas argentinas podrán descontar del Impuesto a las Ganancias entre un 75 y 85% del monto que aporten –según la zona del país– con un tope de 10% de sus ganancias anuales.

Se estableció una nueva regulación para las plataformas crowdfunding que destinen fondos a emprendedores. El crowdfunding es una red de financiación colectiva a través de Internet para invertir en un proyecto, y será supervisado por la Comisión Nacional de Valores (CNV). Los emprendedores podrán registrar sus acciones de forma online al público inversor.

En la Provincia de Misiones, también existen acciones y proyectos que estimulan el ecosistema emprendedor, la Incubadora de Empresas del Parque Industrial Posadas (INCUIPI) acaba de firmar los convenios con los primeros proyectos presentados en el marco del programa Fondo Semilla, perteneciente a la Secretaría de Emprendedores y Pymes del Ministerio de Producción de la Nación, también se ha constituido Fondo de Crédito de Misiones.

En la Facultad de Ciencias Económicas de la UNaM, hemos investigado sobre la actitud y actitud emprendedora de las estudiantes, con un proyecto financiado desde la Secretaría General de Ciencia y Técnica de la UNaM.

La Diplomatura formará parte las acciones y actividades de formación del Observatorio Económico “KumbyKuaa” creado por Disp. 0836/17.

OBJETIVOS

Se propone atender una demanda planteada en la formación de profesionales con competencias y habilidades para la realidad geopolítica de la Provincia de Misiones, orientadas a:

**UNIVERSIDAD NACIONAL DE MISIONES****FACULTAD DE CIENCIAS ECONÓMICAS**

- Adquirir una visión sistémica, del proceso de lanzamiento de nuevas empresas y del contexto regional y global, que permitan diseñar estrategias y tomar decisiones entre optar por el mundo corporativo o el mundo emprendedor.
- Estimular la cultura emprendedora para hacer un mejor uso de sus propios recursos personales, desarrollar competencias genéricas, diseñar e implementar equipos multidisciplinarios y dinámicos.
- Transferir conocimientos y herramientas prácticas que le permita al Técnico Universitario, ser parte del ecosistema y proceso emprendedor que incluye concebir, validar, diseñar, implementar y operar nuevas empresas dinámicas, perdurables.

CUERPO DIRECTIVO:

Directora: Mg. Gisela Belén Montiel

Coordinador: Lic. Hector Holowaty

Secretaria: Arq. Edurne Izagirre Elizaran

PLAN DE ESTUDIOS:

Nº	Módulos	Cant. Hs	Modalidad
1	Cultura Emprendedora	8	T/P
2	Proceso de Ideación.	8	T/P
3	Creatividad e Innovación.	8	
4	Nuevos Paradigmas de Diseño, estrategias y herramientas	8	
5	Investigación de mercado	8	T/P
6	Herramientas CANVAS y otros	8	T/P
7	Plan de Negocios	8	
8	Marketing de negocios	8	T/P
9	Financiamiento. Marco Jurídico.	8	T/P
10	Seminarios: Exposición de Emprendedores en todos los niveles	12	T/P



UNIVERSIDAD NACIONAL DE MISIONES

FACULTAD DE CIENCIAS ECONÓMICAS

11	Trabajo Final Integrador	40	T/P
----	--------------------------	----	-----

DOCENTES:

Mg Gisela Montiel

Lic. Hector Holowaty

Lic. Cristina Cochancod

Lic. Liliana Paul

Lic. Sebastian Gustavino

Abog. Marta Torres Rainieri

Cra Camila Mazzola

DI. Gabriel Gortari

Arq. Edurne Izagirre Elizaran

TÉRMINO DE LOS ESTUDIOS:

El estudiante tendrá un máximo de dos semestres académicos a partir de su admisión para aprobar los módulos del plan de estudios.

Vencido dicho plazo perderá su derecho al certificado de Diplomatura.

INSCRIPCIÓN:

A fin de formalizar la inscripción a la Diplomatura, los aspirantes, deberán presentar la documentación que a continuación se detalla:

- Ficha de inscripción
- Fotocopia del Documento de Identidad
- Constancia de pago de matriculación

DERECHO DE ADMISIÓN: Según lo establecido en la Resolución CD 070-17

ARANCELES:

Inscripción: \$ 1.000.- (pago a realizar en mayo)

Cuota única \$ 8.000.- o 5 cuotas de \$1.800.- (pagos a realizar en los meses de: junio, julio, agosto, septiembre y octubre; uno por mes).



UNIVERSIDAD NACIONAL DE MISIONES



FACULTAD DE CIENCIAS ECONÓMICAS

ASISTENCIA:

Es condición para la aprobación de la Diplomatura el cumplimiento del requisito de asistencia, con el setenta y cinco por ciento (75%) de asistencias a las clases de cada módulo. Los estudiantes deberán registrar asistencia en todos los módulos.

REGULARIDAD:

Se considera alumno regular a quien haya cumplido con:

1. La asistencia establecida en el apartado ASISTENCIA para cada módulo.
2. Haya efectuado todas las obligaciones académicas correspondientes.
3. Se encuentre al día con los pagos de los aranceles de la Diplomatura.

El alumno que permanezca inactivo por más de un módulo perderá su condición de tal. Para recuperar podrá presentar una nota solicitando su reincorporación, deberá matricularse y poner al día su situación académica. Las autoridades de la Diplomatura se reservan el derecho de analizar cada situación en particular y puede decidir la no-reincorporación del estudiante.

EVALUACIÓN:

La evaluación es obligatoria para cada módulo y se llevará a cabo en el tiempo dedicado a las actividades presenciales. Cada módulo tendrá su propio rubro de evaluación según los objetivos a alcanzar establecidos al inicio de curso.

Cada módulo contará con horas de actividades extra-áulicas que se desarrollarán de forma virtual y fuera del horario de cursada designado para cada módulo.

La calificación de los Trabajos Prácticos y evaluación Final Integradora se expresarán en números enteros. La nota mínima para la aprobación será 7 (siete) sobre un máximo de 10 (diez).

Según lo establecido en la Resolución CD 070-17



UNIVERSIDAD NACIONAL DE MISIONES



FACULTAD DE CIENCIAS ECONÓMICAS

TRABAJO FINAL INTEGRADOR:

El trabajo Final Integrador (TFI) consiste en la elaboración escrita e individual de una producción que demuestre un grado significativo de profundización, sistematización, relación y comparación de lo aprendido en el curso.

La aprobación del Trabajo Final Integrador se encuentra a cargo de la dirección académica y de los docentes que al efecto de la misma convoque y es requisito indispensable para obtención del certificado correspondiente a la Diplomatura. Perderá su condición de alumno y posibilidad de acceder al Diploma de la Diplomatura en caso de desaprobado la evaluación final integradora en tres oportunidades.

El Trabajo Final Integrador será individual o grupal a decisión de cada estudiante.

PLAGIO:

Todo acto de participación incluyendo la tentativa de fraude o copia de otra fuente sin señalar la misma relativo a una actividad, módulo o al Trabajo Final Integrador, es pasible de sanciones que pueden llegar hasta a la expulsión del estudiante de la Diplomatura.

DIPLOMA:

Los alumnos que cumplan los requisitos establecidos en la normativa vigente recibirán el Diploma en Emprendedorismo e Innovación.

Los Diplomas serán expedidos por la Facultad de Ciencias Económicas, lo recibirán quienes cumplieren los siguientes requisitos indispensables para dicho otorgamiento:

1. Asistencia al 75% de los Cursos y aprobación de todas las obligaciones académicas.
2. Aprobación de todas las evaluaciones.
3. Aprobación del Trabajo Final Integrador.
4. Pago total de los aranceles correspondientes.



UNIVERSIDAD NACIONAL DE MISIONES

FACULTAD DE CIENCIAS ECONÓMICAS

CAMPO DE ACTUACIÓN:

El graduado del Diplomado en Emprendedorismo e Innovación estará formado para liderar de forma eficiente la creación de nuevas empresas y de integrar grupos autogestionados eficaces de emprendedores fortaleciendo alianzas estratégicas y promoviendo el desarrollo de capital emprendedor, de modo de fomentar el desarrollo local de las distintas actividades productivas.

DESTINATARIOS:

- Emprendedores, empresarios PyMES y público en general interesado en la temática.

Cupo: 25 personas

DICTADO:

Cursada por módulo:

Actividades áulicas (presencial):

6hs Teórico-prácticos

9 Ponencias de 1hs20' (distribuidas en tres sesiones)

Actividades extra-áulicas (no presencial):

2hs Modalidad virtual y/o en campo

Día de cursado: Viernes de 14:00 a 20:30 hs

Inicio del curso : 24 de Mayo de 2019

3 seminarios de 4hs

CRONOGRAMA POR MÓDULOS:

Nº	Módulos	Docente	Fecha
1	Cultura Emprendedora	Gisela Montiel Cristina Cochancod Marta Torres Rainieri	24 Mayo
2	Ideación. Creatividad e Innovación. Nuevos Paradigmas de Diseño: Design Thinking, Effectuation y Lean Startup. Estrategias De Océanos Azules.	Gabriel Gortari	7 Jun.
3		Eduarne Izagirre Elizaran	21 Jun.
4			5 Jul.
5	Investigación de mercado	Cristina Cochancod Liliana Paul	26 Jul.



UNIVERSIDAD NACIONAL DE MISIONES

FACULTAD DE CIENCIAS ECONÓMICAS

6 7	Plan de Negocios. Herramientas CANVAS y otros	Hector Holowaty Cristina Cochancod Gisela Montiel	9 Agos. 23 Agos.
8	Marketing de negocios	Camila Mazzola Cristina Cochancod	6 Sept.
9	Financiamiento. Marco Jurídico	Marta Torres Rainieri Sebastian Gustavino	20 Sept.
10	Seminarios: Exposición de Emprendedores en todos los niveles		14 Jun. 2 Agos. 13 Sept.
11	Trabajo Final Integrador		Octubre - Nov.

Módulos sueltos:

Se puede inscribir a módulos sueltos. Costo de cada módulo: \$1800.

ANEXO I

PLAN DE ESTUDIOS

1.- CULTURA EMPRENDEDORA

Contenidos

Cultura Emprendedora y su entorno. Factores. Tipos de emprendedores. Redes de apoyo. Ecosistema. Políticas Públicas, Jurídicas e Institucionales.

Mercado. Empresa. Aspectos macroeconómicos.

Inversores y Capital de Riesgo. Mercado de Valores.

Principios y valores. Competencias genéricas – personales. Competencias específicas.

Desarrollo personal de un emprendedor. El emprendedor profesional. Desafíos.



UNIVERSIDAD NACIONAL DE MISIONES

FACULTAD DE CIENCIAS ECONÓMICAS

El Equipo Emprendedor y el Management.

Bibliografía

ALCARAZ RODRIGUEZ, Rafael Eduardo. (1995). El emprendedor de éxito. Guía de planes de negocio. México. McGraw-Hill / Interamericana.

ALLEN, Kathleen; PRICE, Courtney. (2000) Tips y trampas para emprendedores. México. McGraw- Hill/Interamericana.

BACHRACH, Estanislao. (2014) En Cambio. 2º Ed. Buenos Aires. Sudamericana.

CHAN KIM, W. y MAUBORGNE, Renee. (2005) El Océano Azul. Harvard Business School Press.

FREIRE, Andy. (2004) Pasión por emprender. De la Idea.

KASTIKA, Eduardo. (2001) Desorganización Creativa. Organización Innovadora. Buenos Aires. Ed. Macchi.

KASTIKA, Eduardo. (2007) Introducción a la creatividad: 30 recomendaciones para innovar en los negocios. 1ºed. Buenos Aires. Ed Innovar, Escuela de Innovadores de Buenos Aires.

KASTIKA, Eduardo. (2007) Creatividad para emprendedores: anécdotas e ideas prácticas para personas que quieren emprender negocios. Buenos Aires. Ed Innovar.

KUSHELL, Jeniffer.(2001) Solo para emprendedores. Ed. Norma.

MIGUEZ, Daniel. (2007) El emprendedor profesional. EMPREAR.

SHEFSKY, Lloyd E.; ARENAS MONREAL, Carlos A. (1997) Los emprendedores no nacen, se hacen. México. McGraw-Hill /Interamericana.

VAN ANDEL, Jay. (2001) Una vida emprendedora. . Primera Reimpresión. Argentina. Time & Money Network editions..

2. 3. 4. - PROCESO DE IDEACIÓN. CREATIVIDAD E INNOVACIÓN. NUEVOS PARADIGMAS DE DISEÑO, ESTRATEGIAS Y HERRAMIENTAS

Contenidos:

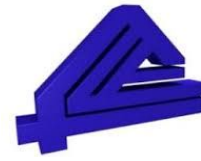
Fases del proceso de ideación. Detección de problemas, oportunidades o necesidades insatisfechas. Investigar, mapear, explorar. Búsqueda de solución. Definición del producto mínimo viable.

Qué es la innovación. Gestión de la innovación. De la creatividad a la innovación.

Innovación en organizaciones/proceso/productos, servicio/comercialización/marketing

Proceso de innovación. Análisis de casos en modelos de negocios innovadores.

Creatividad y pensamiento divergente.



UNIVERSIDAD NACIONAL DE MISIONES

FACULTAD DE CIENCIAS ECONÓMICAS

Herramientas basadas en el diseño: Design Thinking, Effectuation y Lean Startup.

Estrategias de Océanos Azules.

Bibliografía:

BECERRA, Paulina; CERVINI, Analia (2005). En torno al producto. Diseño estratégico e innovación PYME en la ciudad de Buenos Aires. Ed. IMDI

CHAN KIM, W. ; MAUBORGNE, Renée (2005). La estrategia del océano azul. Ed. Harvard Business Review.

GASCA, Juan (2014). Desingpedia. 80 herramientas para construir tus ideas. Ed. Waldhuter.

TSCHIMMEL, Katja; LOYENS Dirk; SOARES Joana; ORAVIITA Tanja (2017). D-Think Toolkit. Design Thinking Applied to Educated and Training. Ed. ESAD Matosinhos.

Alejandrina Vigna, María José Dubois, Rosalba Becker (2016). **Manual práctico para analizar productos**.ed.INTI.

https://www.inti.gob.ar/disenoiindustrial/pdf/publicaciones/mp_escenarios_2016.pdf

Mariela Secchi, Victoria Díaz, María José Dubois. 2018.**Herramientas de Diseño**.INTI

https://www.inti.gob.ar/disenoiindustrial/pdf/publicaciones/herramientas_diseno_2018.pdf

Raquel Ariza,Rodrigo Ramírez,Alejandrina Vigna.(2015). **Escenarios para pensar el producto**.ed.INTI. <http://www.inti.gob.ar/disenoiindustrial/pdf/escenarios.pdf>

El método Lean Startup Eric Ries :

https://drive.google.com/open?id=1ZmAtlMUKn2mHt7-J9rVpg_5CLrJKMBuG

Guia Design Thinking:

<https://drive.google.com/open?id=1mZJoCY0YJVtVDz8ZEYOdJR-ZT8Ci6xsd>

Katja Tschimmel, Dirk Loyens, Joana Soares,Tanja Oraviita.2014.**Design Thinking Applied to Education and Training**.Erasmus

https://drive.google.com/open?id=1j7xxxa_6A35p6BNtOkZ6U14c1vosW5M8

5.- INVESTIGACIÓN DE MERCADO

Contenido:

Investigación de mercado. Sistema de Información de marketing. El papel de la investigación de mercados. Decisión Gerencial e Investigación. Tipos de Investigación: Exploratoria,



UNIVERSIDAD NACIONAL DE MISIONES

FACULTAD DE CIENCIAS ECONÓMICAS

descriptiva, correlacional o explicativa. Enfoque cuantitativo y enfoque cualitativo. Fuentes de información. Diseño de la investigación: Observación, Encuesta, Entrevista en profundidad, Grupos Focales, Experimentación. Diseño de cuestionario y formatos. Muestreo: diseño y procedimiento. La recolección de los datos. Tabulación y Análisis de datos.

Bibliografía:

Malhotra, N. (2008) Investigación de Mercados. Quinta edición. PEARSON EDUCACIÓN, México.

6 y 7.- MODELIZACIÓN Y PLAN DE NEGOCIOS

Contenido:

Modelización del Negocio. Herramientas para modelizar negocios: CANVAS, Penta Business Model. Planificar el Negocio.

Bibliografía:

JOANIDIS, Christian. 2017. Plan de Negocios: La Película. 1ra. Edición. Buenos Aires. Pluma Digital Ediciones.

LEVY, Alberto. 2010. Desarrollo Competitivo y Dinámica de los Sectores Industriales.

MIGUEZ, Daniel. 2007. El Emprendedor Profesional. Buenos Aires. Emprear.

OSTERWALDER, Alexander; PIGNEUR, Yves. 2011. Generación de Modelos de Negocios. DEUSTO S.A. Ediciones.

8.- MARKETING DE NEGOCIOS

Contenido:

Marketing en empresas. Bases. Segmentación de mercados y clientes. Creación y desarrollo de relaciones con clientes. Posicionamiento. Crear experiencias.

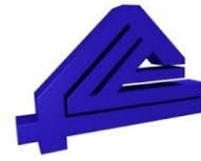
Producto. Canales de Distribución. Comunicación. Precio: el Mkt Mix

Marketing de servicios. Comunicación en el Marketing. El Branding; creación y estrategia

La implementación del Plan de Marketing. Modelo.

La gestión de la marca en la empresa

- La importancia de la marca en la estrategia general de la empresa
- La estrategia de marketing en la empresa. La importancia de la marca. La importancia de la marca en la estrategia de marketing
- El posicionamiento de la empresa a través de la marca
- La psicología en el marketing y estrategias de marketing en la empresa



UNIVERSIDAD NACIONAL DE MISIONES

FACULTAD DE CIENCIAS ECONÓMICAS

- La marca y las submarcas de la empresa
- Proceso de creación de la marca
- Producciones y visiones

Bibliografía

STERN, Jorge; TESTORELLI, Guillermo; VICENTE, Miguel Ángel (2005). Las Claves del Marketing actual. Ed. Norma.

STERN, Jorge (2005). Lecturas de Marketing Actual. Ed. Macchi

Lamb, Hair, Mc. Daniel- Marketing. 6ta Edición. Thomson Editores.

Santesmases Mestre, Miguel y otras – “Marketing Conceptos y Estrategias” – Ed. Pirámide – 5a. Ed – 220.

Peters, Tom – “En búsqueda de la excelencia”.

Rapp, Stand y Collins, Tom – “El nuevo rumbo del marketing”.

Ries, Al y Trout, Jack – “Las 22 leyes inmutables del marketing”.

9.- FINANCIAMIENTO. MARCO JURÍDICO

Contenido:

Fuentes de Financiamiento. Bootstrapping. Ángeles. Inversores de riesgo. Financiamiento Público y Privado.

Ley de Marcas y Patentes. Ley de Emprendedores. Código Civil y Comercial.

Bibliografía:



UNIVERSIDAD NACIONAL DE MISIONES

FACULTAD DE CIENCIAS ECONÓMICAS

Agüero, J.O. (2015). Administración Financiera de Empresas. 1ra. Edición Especial. Posadas, Misiones. EdUNaM.

Código Civil y Comercial

10.- SEMINARIOS: EXPOSICIÓN DE EMPRENDEDORES EN TODOS LOS NIVELES

11.- TRABAJO FINAL INTEGRADOR

Contenido:

De idea a emprendimiento. Recorrido por distintas fases hasta desarrollar la estructura de un emprendimiento. la búsqueda de financiamiento.

Aprendizaje basado en proyectos.

Bibliografía:

CARBONELL, J. (2015). Pedagogías del siglo XXI. Alternativas para la innovación educativa. Barcelona: Octaedro Editorial.

SWARTZ, Robert J. (2008). El aprendizaje basado en el pensamiento. Cómo desarrollar en los alumnos las competencias del siglo XXI. Ed. SM.

TSCHIMMEL, Katja; LOYENS Dirk; SOARES Joana; ORAVIITA Tanja (2017). D-Think Toolkit. Design Thinking Applied to Educated and Training. Ed. ESAD Matosinhos.