



Programa de Asignatura
Formación General Electiva:
Actitud Emprendedora
Versión N°1/ 2023

I. IDENTIFICACIÓN				
Carrera o Programa: Todas Las Carreras				
Unidad responsable: Dirección de General de Pregrado				
Nombre de la asignatura: Formación General Electiva - Actitud emprendedora				
Código: DDOC - 00087				
Semestre en la malla¹ : según malla				
Créditos SCT – Chile: 2 SCT				
Ciclo de Formación	Básico	X	Profesional	
Tipo de Asignatura	Obligatoria		Electiva	X
Clasificación de área de Conocimiento²				
Área: ECONOMÍA		Sub área:		
Requisitos				
Pre - Requisitos: <input type="checkbox"/> NO APLICA		Requisito para: <input type="checkbox"/> NO APLICA		

II. ORGANIZACIÓN SEMESTRAL							
Horas Dedicación Semanal (Cronológicas)		Docencia Directa	3,0	Trabajo Autónomo	0,5	Total	3,5
Detalle Horas Directas	Cátedra	Ayudantía	Laboratorio	Taller	Terreno	Exp. Clínica	Supervisión
	3,0	-	-	-	-	-	-

¹ Este campo sólo se completa en caso de carreras con programas semestrales.

² Clasificación del curso de acuerdo a la OCDE



III. APORTE AL PERFIL DE EGRESO

Las asignaturas de Formación General Electiva están alineadas con el Proyecto Educativo Institucional y contribuyen al Pilar Formación Integral, en los ámbitos intelectual, social, estético, autocuidado físico y emocional y al Pilar Formación para la Globalización a través del uso de tecnologías. Su incorporación en los Curriculum está en coherencia con los lineamientos de armonización de la Dirección General de Pregrado.

Este curso contribuye a la formación de estudiantes con conocimiento respecto de las diferentes realidades del país, poniendo sus competencias y conocimientos al servicio de personas, o grupos de personas, que requieren de su apoyo.

En este sentido, la manera de abordar el emprendimiento en este curso aporta en cuando al sello formativo de la universidad, siendo la responsabilidad social y el respeto por la dignidad de las personas parte esencial del proceso emprendedor que se trabajará.

IV. COMPETENCIAS

De acuerdo con el Proyecto Educativo Institucional UCN este curso contribuye al perfil de egreso de todos los estudiantes a través del desarrollo de las siguientes competencias genéricas:

- **Competencia Genérica 6. Trabajo en equipo. Competencia Genérica 7.**
- **Uso eficiente de tecnologías de información.**

V. RESULTADOS DE APRENDIZAJE

1. Interactuar con los integrantes del equipo considerando las diversas opiniones de manera que favorezca el logro del objetivo común.
2. Aplicar herramientas TIC para seleccionar información válida y confiable, identificando fuentes de información pertinente en entornos digitales tics.



VI. ÁREAS TEMÁTICAS

1. UNIDAD I: PENSAMIENTO DE DISEÑO

- Empatía: observación, entrevista e identificación del problema
- Ideación de soluciones innovadoras
- Deseabilidad, viabilidad y factibilidad
- Creación de propuesta de valor

UNIDAD II: ASOCIATIVIDAD

- Maquetización y replanteamiento de acuerdo a los aprendizajes
- Plan de acción y generación de redes
- Vinculación con otros organismos

UNIDAD III: PROTOTIPADO

- Prototipo de baja resolución
- Financiamiento y redes de apoyo



VII. ORIENTACIONES METODOLÓGICAS

El curso está diseñado para trabajar con socios estratégicos externos a la universidad que puedan definir problemáticas y oportunidades presentes en sus áreas de trabajo. Se recomienda trabajar en base a instituciones sociales o estatales para aportar con el sello formativo de la UCN de responsabilidad social. De esta manera, a modo de ejemplo, se puede buscar una alianza estratégica con el área de Aseo y ornato de la municipalidad para que los estudiantes creen soluciones eficientes para la limpieza de las calles. Así, será importante tener invitados al personal que realiza aseo en la ciudad y al encargado de la unidad, a modo de comprender y empatizar con las necesidades. Asimismo, será fundamental que los estudiantes observen en terreno la forma en que actualmente se desarrolla dicha labor, siendo ideal que puedan ejercer el trabajo durante un día o unas horas.

Este curso debe trabajarse en base a metodologías activas del aprendizaje, donde el facilitador debe alentar a los estudiantes a generar redes, tanto al interior de la universidad como afuera, para solucionar las problemáticas que se vayan presentando. Del mismo modo, se debe alentar el uso de las TIC para este mismo objetivo.

Todo el trabajo debe estar estructurado de manera que en equipos puedan ir discutiendo y generando ideas para avanzar en la tarea encomendada.

Es importante que en cada avance (maqueta, prototipo, etc.) El facilitador motiva a los estudiantes a socializarlo con los grupos de interés y de apoyo para recibir retroalimentación. En este sentido, es clave desarrollar competencias de comunicación oral y escrita, las que pueden ser trabajadas con la técnica de *Elevator pitch*, *Círculo de oro* u otra similar.

VIII. ORIENTACIONES Y CRITERIOS PARA LA EVALUACIÓN

- El curso incentiva el desarrollo de competencias a través del quehacer, es de ahí que el facilitador debe generar una rúbrica de evaluación que se centre en el proceso y no en el resultado final.
- Las instituciones o agrupaciones socias deben conocer la rúbrica de evaluación antes del inicio de la intervención de los estudiantes.
- Si bien es cierto el programa estimula finalizar con una innovación, es importante entender que este no es el objetivo último del curso; sino que el centro es acompañar en los aciertos y errores del proceso, rescatando los aprendizajes.



- Se recomienda también generar un espacio de auto y coevaluación con el fin de que los estudiantes internalicen la importancia de ser responsable de su espacio de crecimiento personal y desarrollo profesional.
- En este curso no se evalúan contenidos.
- Se contemplan al menos tres actividades de evaluación, dos equivalentes al 30% cada una, además de una tercera instancia que englobe los contenidos del curso, equivalente al 40%.

IX. RECURSOS BIBLIOGRÁFICOS

Bibliografía sugerida:

Osterwalder, Alexander, Yves Pigneur, Tim Clark, and Patrick Van Der Pijl. *Business Model Generation : A Handbook for Visionaries, Game Changers, and Challengers*. Hoboken, New Jersey: Wiley, 2010. Print.

Osterwalder, Alexander. *Value Proposition Design : How to Create Products and Services Customers Want : Get Started with ...* New Jersey: Wiley, 2014. Print.

Ries, Eric. *The Lean Startup : How Today's Entrepreneurs Use Continuous Innovation to Create Radically Successful Businesses*. New York: Crown Business, 2011. Print.

Bibliografía complementaria:

Ideo. (2016). *Diseño centrado en las personas*. Creative commons.

OCDE & Eurostat. (2005). *Manual de Oslo*. Madrid: Grupo Tragsa.

Sarasvathy, S. (2008). *Effectuation, elements of entrepreneurial expertise*. Londres: MPG Books.