

PLANIFICACIÓN DE LA MATERIA: Taller Emprendedor

Carrera: Licenciatura en Marketing.

Cuatrimestre y año académico: **2º cuatrimestre de 2025**

Carga horaria semanal de la materia: **4 horas semanales**

Docentes: Eliana Lorenzo

CRONOGRAMA DE CLASES:

Semana Fecha de clase	Tema	Horas Teoría	Horas Prácticas	Material didáctico / Bibliografía	Actividades vinculadas
1 22/8	Introducción al Emprendedorismo. Características del emprendedor. Formación de equipos. Customer Development. Lean Startup y Producto Mínimo Viable.	2:00	2:00	<p>“Generación de Modelos de Negocio” – Alexander Osterwalder & Yves Pigneur (capítulos introductorios).</p> <p>“The Lean Startup” – Eric Ries (capítulos sobre MVP y ciclo construir-medir-aprender).</p> <p>Steve Blank – “The Four Steps to the Epiphany” (secciones de Customer Development).</p> <p>Modelo de Roles de Belbin – artículos y guías prácticas online.</p> <p>Video: Dropbox MVP Example (YouTube).</p> <p>Recursos sobre “Rueda de Habilidades” y herramientas de trabajo en equipo.</p>	<p>Mapa de Equipo y Primer Reto Colaborativo:</p> <p>Completar Matriz de Roles de Belbin.</p> <p>Ubicar integrantes en Rueda de Habilidades.</p> <p>Definir reglas internas.</p> <p>Simulación de crisis y resolución en equipo.</p>



Subsede Mar del Plata

<p>2</p> <p>29/8</p>	<p>Pensamiento de Diseño (Design Thinking). Diseño centrado en las personas. Etapas del Design Thinking. Modelos mentales. Empatía y prototipado. Buyer Persona.</p>	<p>2:00</p>	<p>2:00</p>	<p>Tim Brown – “Change by Design”.</p> <p>IDEO.org – Human-Centered Design Toolkit.</p> <p>Alexander Osterwalder – Value Proposition Design (capítulos sobre empatía).</p> <p>Artículos sobre modelos mentales en UX.</p> <p>Video: “What is Design Thinking?” – Stanford d.school.</p> <p>Plantillas de Mapa de Empatía y Prototipado.</p>	<p>Sprint de Problema y Empatía:</p> <p>Empatizar con entrevistas rápidas.</p> <p>Definir problema claro.</p> <p>Idear soluciones creativas.</p> <p>Prototipo rápido y prueba simulada.</p>
<p>3</p> <p>05/9</p>	<p>Desarrollo del Cliente y Lean Startup. Integración con Design Thinking. Iteración y validación de hipótesis. Producto Mínimo Viable.</p>	<p>2:00</p>	<p>2:00</p>	<p>“The Lean Startup” – Eric Ries.</p> <p>Steve Blank – artículos sobre entrevistas de cliente y validación.</p> <p>Plantillas de hipótesis y tarjetas de prueba/aprendizaje.</p> <p>Ejemplos de MVP reales.</p>	<p>Validación de Hipótesis con Clientes Reales:</p> <p>Formular hipótesis.</p> <p>Diseñar guía de entrevista.</p> <p>Realizar entrevistas simuladas.</p> <p>Analizar hallazgos y ajustar.</p>
<p>4</p> <p>12/9</p>	<p>Modelo de Negocios (Canvas). Segmento de clientes, propuesta de valor, canales, relaciones, ingresos, recursos, actividades, socios y costos.</p>	<p>2:00</p>	<p>2:00</p>	<p>“Generación de Modelos de Negocio” – Osterwalder & Pigneur (capítulo completo de Canvas).</p> <p>Casos de estudio: Café Martínez, PedidosYa, Mercado Pago.</p> <p>Video: “Business Model Canvas Explained” – Strategyzer.</p>	<p>Diseño y Estrategia de Validación del MVP:</p> <p>Definir hipótesis de solución.</p> <p>Elegir tipo de MVP.</p> <p>Plan de testeo real.</p>



Subsede Mar del Plata

5	Cuadrante de Propuesta de Valor. Círculo Dorado de Simon Sinek. Misión, visión, valores y objetivos. Tipos de mercados. Océanos Azul y Rojo. Tamaño de mercado y competencia.	2:00	2:00	<p>“Start with Why” – Simon Sinek.</p> <p>“La estrategia del Océano Azul” – W. Chan Kim & Renée Mauborgne.</p> <p>Herramientas: Value Proposition Canvas.</p> <p>Video: TED Talk de Simon Sinek – “How Great Leaders Inspire Action”.</p>	<p>Value Proposition Canvas:</p> <p>Completar lienzo de propuesta de valor.</p> <p>Redactar frase única.</p> <p>Justificar diferenciación.</p>
19/9					
6	Cuadrante de Segmento de Clientes. Ajuste producto/mercado. Arquetipo de cliente. Curvas de adopción de la innovación. Día del cliente.	2:00	2:00	<p>“Crossing the Chasm” – Geoffrey A. Moore.</p> <p>Plantillas de mapa de empatía y arquetipo de cliente.</p> <p>Artículos sobre adopción de innovaciones.</p>	<p>Arquetipo del Cliente + Mapa de Empatía:</p> <p>Crear personaje arquetipo.</p> <p>Elaborar mapa de empatía.</p> <p>Definir plan de contacto inicial.</p>
26/9					
7	PRIMER ENTREGA DEL PROYECTO EMPRENDEDOR			<p>“Generación de Modelos de Negocio” – Osterwalder (capítulo de canales).</p> <p>Steve Blank – “Cómo elegir el canal adecuado” (video).</p> <p>Plantillas de Customer Journey Map.</p>	<p>Customer Journey y Mapa de Canales:</p> <p>Mapear recorrido del cliente.</p> <p>Identificar canales en cada etapa.</p> <p>Analizar costos y escalabilidad.</p>
03/10	Cuadrante de Canales. Canales físicos, digitales y mixtos. Relación con propuesta de valor y segmento de clientes. Costos asociados. Customer Journey.	2:00	2:00		
8	Cuadrante de Relación con los Clientes. Tipos de relación. Modelo “Obtener – Mantener – Hacer crecer”. Embudo doble.	2:00	2:00	<p>“Generación de Modelos de Negocio” – Osterwalder (capítulo de relaciones).</p> <p>Casos: Duolingo, Starbucks, Uber.</p> <p>Artículos sobre fidelización y marketing relacional.</p>	<p>Mapa de Estrategias de Relación:</p> <p>Definir captación, retención y crecimiento.</p> <p>Seleccionar herramientas específicas.</p>
10/10					



Subsede Mar del Plata

9					
17/10	Cuadrante de Flujo de Ingresos. Tipos de ingresos. Variables de estimación (precio, volumen, ARPU, LTV).	2:00	2:00	“Generación de Modelos de Negocio” – Osterwalder (capítulo de ingresos). Herramientas de proyección financiera. Podcast: “Cómo diseñar modelos de ingresos escalables” – Startupeable.	Simulación de Ingresos: Definir tipos de ingreso y precios. Estimar volúmenes y proyecciones.
24/10	Cuadrante de Actividades Clave. Producción, resolución de problemas, manejo de plataformas, logística, marketing, soporte. Cuadrante de Asociaciones Clave. Tipos de asociaciones. Matriz riesgo-beneficio.	2:00	2:00	“Generación de Modelos de Negocio” – Osterwalder (capítulo de actividades). Caso Airbnb. Video: Masterclass de YCombinator sobre operaciones clave. “Generación de Modelos de Negocio” – Osterwalder (capítulo de asociaciones). “El dilema del innovador” – Clayton Christensen. Casos Google + Samsung, Airbnb + fotógrafos.	Mapa de Actividades + Cronograma: Listar actividades clave. Clasificarlas. Diseñar cronograma operativo. Mapa de Socios Estratégicos: Listar socios y tipo de vínculo. Analizar riesgos y beneficios.
31/10	SEGUNDA ENTREGA PROYECTO EMPRENDEDOR Cuadrante de Recursos Clave. Tipos de recursos. Evaluación estratégica. Cuadrante de Estructura de Costos. Tipos de costos. Relación con el Canvas.	2:00	2:00	“The Lean Startup” – Eric Ries (recursos mínimos). Caso Nubank. Plantillas de inventario de recursos. “Generación de Modelos de Negocio” – Osterwalder (estructura de costos). Artículos sobre control de costos en startups.	Inventario de Recursos y Plan de Adquisición: Enumerar recursos. Indicar disponibilidad. Estimar costos. Mapa de Costos: Listar costos fijos y variables. Estimar totales.



Subsede Mar del Plata

12	Preparación y Presentación del Pitch Final. Técnicas de comunicación y storytelling. Estructura de un pitch efectivo.			"Pitch Anything" – Oren Klaff. "Talk Like TED" – Carmine Gallo. Video: Guy Kawasaki – The Art of the Start (TEDx). Ejemplos de pitch de Y Combinator y Startup Chile. Plantillas de presentación (PowerPoint/Canva).	Definición de guión del pitch (problema, solución, mercado, modelo de negocio, equipo). Diseño de diapositivas claras y visuales. Ensayo grupal con tiempo cronometrado (máx. 5 minutos). Retroalimentación docente y entre pares.
7/11		2:00	2:00		
13	PITCH FINAL DEL PROYECTO EMPRENDEDOR Y EXAMEN TEÓRICO			Recursos visuales preparados por los equipos. Videos de referencia de pitch de startups.	Presentación final del pitch ante el docente y compañeros. Evaluación de la coherencia, claridad y persuasión del proyecto. Ronda de preguntas y respuestas. Feedback final para cada equipo.
14/11		2:00	2:00		
14	Charla emprendedores invitados				
21/11		2:00	2:00		
15	RECUPERATORIO				
28/11					

METODOLOGÍA: Se implementará una metodología activa, participativa y orientada a proyectos, basada en el aprendizaje experiencial y la construcción progresiva de un emprendimiento real o simulado.

Cada clase combinará:

- **Exposición teórica** breve para introducir conceptos clave, con apoyo en material audiovisual y ejemplos reales.
- **Análisis de casos relevantes** que permitan comprender la aplicación práctica de los modelos, herramientas y metodologías.
- **Trabajo colaborativo** en grupos para desarrollar paso a paso las distintas etapas del proyecto emprendedor.
- **Actividades prácticas** al final de cada clase, diseñadas para aplicar inmediatamente lo aprendido a la construcción del proyecto final.
- **Uso de herramientas y recursos digitales** (plantillas Canvas, Mapa de Empatía, Value Proposition Canvas, etc.) para sistematizar la información y facilitar la presentación final.
- **Retroalimentación continua** por parte del docente, para guiar ajustes y mejoras antes de la entrega final.

La secuencia didáctica se organiza de manera incremental:

1. Inicio con diagnóstico y formación de equipos.
2. Desarrollo conceptual y validación de hipótesis de negocio.
3. Construcción y ajuste del modelo de negocio.
4. Elaboración de estrategias de marketing, ventas, canales y relación con clientes.
5. Diseño de métricas, proyecciones y estructura de costos.
6. Preparación y entrenamiento para la presentación final tipo Pitch.

EVALUACIÓN:

- **03/10: Primera entrega Proyecto Emprendedor.**
- **31/10: Segunda entrega Proyecto Emprendedor.**
- **14/11: Entrega final Proyecto Emprendedor junto con Pitch del mismo. Examen teórico.**
- **28/11: Recuperatorio.**

A-RÉGIMEN DE PROMOCIÓN DIRECTA SIN EXAMEN FINAL

Requisitos:

- Tener aprobadas con examen final todas las materias correlativas al iniciar el cursado de la materia. Por lo antedicho, no se podrán promocionar materias que se cursen con excepción de correlatividades o cuyas correlativas hayan sido otorgadas por Informe de equivalencias sin contar con el otorgamiento definitivo por Resolución de Rectorado.
- Obtener una calificación mínima de 7 (siete) en cada una de las evaluaciones parciales y los requisitos adicionales (trabajos prácticos) que se establezcan como condición de aprobación de la asignatura.
- No recuperar ninguna evaluación parcial ni requisito adicional.
- No quedar libre de asistencias en las asignaturas con dictado presencial o combinado.
- No estar observado en el primer llamado de exámenes inmediato posterior a la finalización de la cursada por: Tesorería al registrar deuda o por Secretaría al no haber completado los requisitos de admisión (título de ingreso o constancia de título en trámite actualizada, copia de documento de identidad, etc.).
- Si se cumplen TODAS las condiciones, la nota final será el promedio de las calificaciones de las evaluaciones parciales y requisitos adicionales. Dicha calificación quedará registrada en el acta del primer llamado a exámenes de la materia.
- De no cumplirse alguna de las condiciones, se deberá rendir el Examen Final, sin excepción.

B-RÉGIMEN DE APROBACIÓN CON EXAMEN FINAL

La materia se aprueba por vía de examen final oral y/o escrito de la totalidad de los contenidos estudiados durante el cuatrimestre.

Para rendir examen final de una asignatura el alumno deberá (artículo N° 37 del Reglamento General de Enseñanza):

- Tener el cursado de la misma aprobado y no vencido.
- Tener aprobados los exámenes finales de las materias correlativas.
- Figurar en actas (consecuencia directa del cumplimiento de los puntos a) y b)
- No estar observado en las actas preparadas por Secretaría Académica.

BIBLIOGRAFÍA

- Osterwalder, Alexander & Pigneur, Yves – Generación de Modelos de Negocio.
- Osterwalder, Alexander et al. – Value Proposition Design.
- Ries, Eric – The Lean Startup.
- Blank, Steve – The Four Steps to the Epiphany.
- Brown, Tim – Change by Design.
- Sinek, Simon – Start with Why.
- Chan Kim, W. & Mauborgne, Renée – La Estrategia del Océano Azul.
- Moore, Geoffrey A. – Crossing the Chasm.
- Christensen, Clayton – El Dilema del Innovador.
- Klaff, Oren – Pitch Anything.
- Gallo, Carmine – Talk Like TED.

Artículos y Recursos Digitales

- IDEO.org – Human-Centered Design Toolkit.
- Strategyzer.com – Recursos y guías sobre Business Model Canvas.
- Artículos sobre Modelos de Roles de Belbin (varias fuentes online).
- Plantillas de Mapa de Empatía, Value Proposition Canvas y Customer Journey Map (Strategyzer y UX Collective).
- Artículos sobre curvas de adopción de la innovación y ajuste producto/mercado.

- Blog de YCombinator – The Key Activities That Power Top Startups.
- Startupeable.com – Artículos y podcasts sobre modelos de ingresos escalables.

Videos y Conferencias

- Guy Kawasaki – The Art of the Start (TEDx).
- Simon Sinek – TED Talk How Great Leaders Inspire Action.
- Video explicativo de Dropbox MVP (YouTube).
- Steve Blank – Cómo elegir el canal adecuado (charla disponible en YouTube).
- Stanford d.school – What is Design Thinking?.
- Masterclass de YCombinator sobre operaciones clave.
- Ejemplos de pitch de YCombinator y Startup Chile (YouTube).