

UNIVERSIDAD VERACRUZANA



MAESTRÍA EN INNOVACIÓN Y EMPRENDIMIENTO DE NEGOCIOS

Plan de estudios 2020

Datos generales	
Institución que lo propone	Universidad Veracruzana
Entidad de adscripción y región	Facultad de Administración Región Veracruz
Grado que se otorga	Maestro en Innovación y Emprendimiento de Negocios Maestra en Innovación y Emprendimiento de Negocios
Orientación	Profesionalizante
Duración máxima	4 semestres
Modalidad	Presencial y Escolarizado
Total de horas	Teóricas: 345; Prácticas: 885
Total de créditos	115

Índice

		Página
1	Justificación	4
2	Fundamentación Académica	40
3	Objetivos Curriculares	43
4	Recursos Humanos, Materiales y de Infraestructura Académica	44
5	Perfil del Alumno y Requisitos de Ingreso	48
6	Perfil y Requisitos de Permanencia, Egreso y Titulación	52
7	Perfil del Académico	56
8	Diseño Curricular	57
	8.1 Mapa curricular /Verticalidad y Horizontalidad	
	8.2 Descripción y Registro de las Líneas de Generación y Aplicación del Conocimiento: (tabla integrantes)	
	8.3 Descripción Detallada de las Actividades Complementarias (Académicas) con Valor Crediticio	
	8.4 Tabla de EE. (síntesis)	
	8.5 Alternativas de Movilidad Académica	
	8.6 Tutorías	
9	Duración de los Estudios	73
10	Descripción del Reconocimiento Académico	73
11	Referencias Bibliográficas	74
12	ANEXOS	
A.	Programas de Estudio	80
B.	Plan de Autoevaluación Anual	144
C.	Plan de Mejora	145
D.	Núcleo académico básico	147

1. Justificación

1.1.1 Contexto social

Tal como lo menciona la Organización para la Cooperación y el Desarrollo Económicos (OCDE, 2017), en las últimas décadas, México ha sufrido una profunda transformación económica y social. Desde los años ochenta, la economía de México ha evolucionado de una sustitución de importaciones a un modelo económico orientado a la exportación. Por ello, en pocos años, México se ha convertido en un líder mundial en las actividades de exportación de las principales industrias (tales como autopartes, motores, equipos electrónicos y médicos, televisores) y uno de los principales destinatarios en Latinoamérica de inversión extranjera directa, debido a las reformas estructurales que han hecho de la economía mexicana una de las más abiertas y atractivas para hacer negocios.

En este contexto, la llegada de empresas extranjeras al territorio nacional ha generado desde hace más de dos décadas una importante contribución al producto interno bruto (PIB) y a la diseminación de distintos procesos de innovación organizacional, los cuales tienen como base modelos de negocios que potencien el uso de los recursos técnicos, humanos y financieros, así como el desarrollo de nuevas estrategias de negociación para competir en el mercado global. Asimismo, esta dinámica exige a las empresas de capital nacional una constante revisión y adecuación de sus procesos, con el fin de incentivar su productividad y competitividad.

De forma similar, la OCDE (2017b) destaca la importancia de impulsar la innovación y el emprendimiento dado su potencial para apuntalar el crecimiento económico y la generación de empleos; de acuerdo con la OCDE, una estrategia eficiente para lograr este objetivo es a través del sistema educativo y en particular de las universidades, las cuales pueden diseminar estos conceptos y desarrollar las competencias necesarias para formar profesionistas innovadores, emprendedores y competitivos. Por ello, en el contexto de nuestro país, el Programa Sectorial de Educación (PSE) 2013-2018 (Secretaría de Educación Pública, 2013) otorga especial relevancia a la promoción de la cultura emprendedora y empresarial basada en la innovación, la cual coadyuve a la

generación del conocimiento y al surgimiento de nuevas tecnologías detonantes de la competitividad empresarial.

Sin embargo, a pesar de la dinámica propiciada a raíz de la apertura comercial de nuestro país, caracterizada por una mayor competitividad y eficiencia, el desempeño de la economía nacional no ha sido el esperado en los últimos años y en términos del crecimiento de su PIB este podría calificarse como moderado. Esto, toda vez que después de alcanzar 2.4% en 2017, la economía mexicana continuará creciendo a tasas superiores al 2% en 2018 y se espera que lo mismo se mantenga en 2019. Aunque este es un destacado, las condiciones del entorno internacional y las necesidades sociales de nuestro país hacen que este ritmo resulte insuficiente para generar una reducción significativa en los niveles de pobreza y generar los empleos de calidad que demandan los jóvenes.

También, la OCDE (2017) destaca el papel del sector externo en la economía nacional, toda vez que, a pesar de los pronósticos desfavorables que se proyectaban a finales de 2016, el valor de las exportaciones totales de bienes de México aumentó cerca del 10% entre los meses de enero y octubre de 2017, y las exportaciones de manufacturas se incrementaron aproximadamente en un 9%, todo esto en un año en el que el comercio mundial de mercancías creció apenas un 3.6%. Sin embargo, vale la pena destacar el hecho de que la mayor parte de estas exportaciones fueron realizadas por empresas multinacionales establecidas en México. Por ello, uno de los principales desafíos de nuestro país es vincular de forma efectiva a las pymes mexicanas en las cadenas globales de valor, toda vez que su participación sigue siendo escasa.

Por otra parte, la OCDE (2018), afirma que el rendimiento de la economía mundial está mejorando, pero aún deja mucho que desear. En este sentido, la Organización estima que la economía internacional crecerá a una tasa promedio de alrededor del 3.7% en 2018. Esto representa una mejora en comparación con el 3.1% registrado en 2016 y el 3.6% en 2017. Sin embargo, para 2019 se espera que esta retorne al 3.7%. En este sentido, la OCDE (2018a) destaca dos factores clave que impactarán el ritmo de

crecimiento de la economía global en 2018: sincronía, ya que por primera vez desde la crisis de 2008, las economías más industrializadas y desarrolladas del mundo comparten un patrón favorable de crecimiento; insuficiencia, ya que no se ha logrado recuperar el dinamismo que prevaleció antes de la crisis de 2008, toda vez que entre 1990 y 2007, la tasa de crecimiento promedio anual de la economía internacional fue de alrededor del 4%.

En la última década, aún no se ha recuperado ese ritmo de crecimiento; los riesgos, principalmente ligados al crecimiento acelerado de la deuda corporativa y familiar en las economías emergentes, así como en algunos países miembros de la OCDE: en el caso de una nueva recesión global, las herramientas y los instrumentos para enfrentarla son escasas y por ello existe una alta fragilidad en el entorno.

Además, la OCDE (2018a) destaca que, a nivel internacional, el débil crecimiento del comercio, la inversión y la productividad está teniendo un efecto adverso en el potencial a largo plazo de gran parte de las economías, ya sean industrializadas o, en mayor medida, emergentes. Por ello, la Organización aconseja que los Estados se centren en reformas estructurales dirigidas a impulsar crecimiento económico incluyente y sostenible.

En este sentido, muchos de los miembros de la OCDE tienen la capacidad para combinar reformas estructurales en el ámbito de la competencia económica, el comercio, el capital humano, el mercado laboral, la seguridad social, la digitalización y el crecimiento sostenible, todo lo cual podría impulsar la productividad y los salarios. Por ello, aún se considera el uso simultáneo de instrumentos de política monetaria y fiscal y cambios estructurales como una receta básica para impulsar el crecimiento sostenible y el bienestar social.

Además, el Banco Mundial (BM, 2017) destaca la importancia del sector privado, representado por las empresas, para impulsar el crecimiento económico de una nación o región, a través de la generación de empleos, el impulso a la inversión y al consumo.

De manera similar, la Agencia de los Estados Unidos para el Desarrollo Internacional (2017), reafirma la importancia del sector privado en el ámbito empresarial, el cual cada vez requiere estrategias que incidan a favor de su crecimiento e incrementar su potencial innovador, lo cual puede conseguirse a través de mayores niveles de formación académica y capacitación profesional entre sus colaboradores.

De forma similar, el Banco Mundial (BM, 2018) señala que, en un contexto de recesión económica y restricciones financieras, la promoción del emprendimiento resulta esencial toda vez que puede detonar la generación de empleos. No obstante, para lograr resultados con mayor impacto se requiere del binomio emprendimiento-innovación, eje de las economías más dinámicas y competitivas (BM, s.f.); por ello, las regiones que logran consolidar ecosistemas de emprendimiento sólidos son más productivas y capaces de generar mejores empleos, impulsando así el crecimiento económico.

Sin embargo, a pesar de que esta tendencia hacia la capacitación y la innovación ya había sido planteada por la OCDE en el escenario posterior a la crisis de 2008-2009 (OCDE, 2010), América Latina aún enfrenta el desafío de elevar la productividad y la competitividad empresarial, democratizar el emprendimiento y diseminar los procesos de innovación (OCDE, 2016); sólo así se podrá avanzar de un escenario latinoamericano donde surgen muchas empresas carentes de innovación (Lederman et al, 2014) a otro donde éstas sean catalizadoras de nuevos procesos detonantes del crecimiento económico.

En el caso de nuestro país, Palma (2015) señala que la urgencia por elevar la complejidad del tejido empresarial, el cual se refleje en mayor innovación, tanto de productos como de procesos, generando valor agregado. Asimismo, la firma consultora internacional Deloitte (2018), afirma que las organizaciones deben responder a las macrotendencias del entorno con el fin de incentivar su competitividad en el mercado. Ante este escenario, es evidente la necesidad por formar profesionistas capaces de

apuntalar estos procesos, por lo cual Jahanian (2018), citado en el Foro Económico Mundial, afirma que las universidades representan un mecanismo esencial en pro de este proceso.

Por lo anterior, la OCDE (2018a) incluye a la reforma del sector educativo entre los mecanismos que pueden encaminar al crecimiento económico y la innovación, ya que tal como lo señala la Organización (OCDE, 2018b), el impulso del sector educativo puede mejorar la movilidad social y apuntalar los indicadores socioeconómicos de una nación, coadyuvando al crecimiento sostenible. Esto, toda vez que la población con mayor escolaridad usualmente presenta mejores niveles de salud, empleabilidad, ingresos y compromiso social en comparación con aquellos que cuentan con menor nivel de instrucción.

En este sentido, el Consejo Nacional de Ciencia y Tecnología (CONACYT, 2018), reafirma las premisas mencionadas por la OCDE (2018b) al indicar que a mayor nivel educativo se incrementa la tasa de empleabilidad, la cual, en el caso del posgrado, logra alcanzar un 85%; además, el impacto de la formación en los ingresos es significativa, ya que éstos llegan a ser hasta cuatro veces superiores en aquellos individuos que cuentan con estudios de maestría o de doctorado en comparación con aquellos que sólo poseen el nivel de educación media superior pues los egresados de posgrado desarrollan competencias para la solución de problemas y casos complejos en las organizaciones, ya sean públicas o privadas, lo cual incide favorablemente en su desempeño.

Asimismo, la formación en este nivel permite a los individuos trasladar sus ideas a proyectos sólidamente estructurados, capaces de generar empleo, innovación y bienestar. No obstante, el lograr este cometido requiere el compromiso permanente por parte las instituciones de educación superior (IES) de nuestro país para ofertar una serie de programas que coadyuven a la solución de problemas, favorezcan la generación y transferencia de nuevos conocimientos, contribuyendo con el bienestar social. Para lograr este cometido, el PSE 2013-2018 destaca dos variables esenciales

que deben perseguir los programas educativos: calidad y pertinencia.

Por ello, el PSE afirma que la educación de calidad es la mayor garantía para el crecimiento económico sostenible y el desarrollo social de nuestro país, elementos clave para una sociedad más incluyente. De esta manera, por medio del afianzamiento de un sistema educativo de calidad se podrán generar soluciones que combatan los males sociales que aquejan a nuestro país. Entre estos, destaca el tema del desempleo, ya que como lo destaca la OCDE (2018c), el empleo como porcentaje de la población de entre 15 y 74 años de edad aún no se ha recuperado del impacto de la crisis económica mundial de finales de 2008 ya que en el cuarto trimestre de 2017 se situó en 59.8% en el cuarto trimestre de 2017, aún 1.4% por debajo de los niveles previos a la crisis.

Esto refleja la disminución de la participación de los jóvenes y los trabajadores mayores en la fuerza laboral. Además, la Organización destaca que, en el mercado laboral mexicano, el tamaño del sector informal es uno de los principales problemas que merman el desempeño de la economía, ya que más de la mitad de los empleados y de los trabajadores por cuenta propia son empleados informalmente.

Respecto a la pertinencia de los programas educativos, el PSE otorga especial interés a los posgrados, ya que es en dicho ámbito donde se otorga mayor relevancia y por ende se impulsa la creatividad y la generación de nuevos conocimientos. Así, se espera que las IES con oferta académica de posgrado asuman la responsabilidad de formar profesionistas que impulsen el avance del conocimiento, la innovación, la investigación científica y el desarrollo tecnológico. Por esto, el PSE señala la necesidad por lograr, a nivel nacional, una oferta de posgrado pertinente y con altos estándares de calidad, de tal forma que sus egresados posean competencias que les permitan desempeñarse en organizaciones nacionales y del extranjero, siendo capaces de generar soluciones.

En el ámbito de la educación superior, la Universidad Veracruzana plasma en su Plan General de Desarrollo 2030 su compromiso por permanecer como una institución

educativa comprometida con la calidad de sus programas, el desarrollo sostenible y el bienestar social, lo cual se refleja en la visión 2030, la cual se describe a continuación: “La Universidad Veracruzana es una institución líder de educación superior, con presencia regional, nacional e internacional, socialmente responsable, innovadora, intercultural e incluyente, con visión sistémica y compleja, que contribuye al desarrollo sustentable, que se distingue por sus aportes en la transferencia de la ciencia y la tecnología, el respeto y la promoción de la cultura; así como por la vinculación efectiva con los sectores social y productivo; con una gestión eficiente y eficaz al servicio de la academia, conformando una institución que promueve los comportamientos éticos, los derechos humanos, el arte y la creatividad, la salud integral, la equidad de género y el respeto a la diversidad cultural, para la formación de ciudadanos éticos y competentes en el ámbito local y global”.

Para ello, el Plan General de Desarrollo 2030 incluye entre sus ejes estratégicos para el desarrollo institucional programas encaminados a impulsar la innovación y el emprendimiento. Con base en lo anterior, este documento plasma la propuesta para la creación de la Maestría en Innovación y Emprendimiento de Negocios, la cual se pretende ofertar en la Facultad de Administración Región Veracruz con el fin de contribuir a la visión antes mencionada y por ende al crecimiento económico y a bienestar social de nuestro país.

Ahora bien, es importante destacar el papel de las instituciones educativas como agentes promotores del crecimiento económico y bienestar. Tal como lo señalaba Malo (2000) a inicios del siglo veintiuno, las instituciones de educación superior en México deben de trabajar a favor de la consolidación de un sistema sólido que permita formar profesionistas e investigadores de alto nivel, capaces de generar y aplicar conocimientos, socialmente responsables y con estándares de competencia internacional; de esta manera, la educación superior será un pilar de la transformación de nuestro país.

De forma similar, Reynaga (2002) destaca que, en el contexto de la educación superior,

los posgrados representan la cima de proceso de formación académica, ya que tienen como fin la preparación de profesionistas altamente especializados, competentes en tareas de investigación y capaces de incidir a favor del desempeño de las organizaciones, de tal forma que sus esfuerzos generan nuevos conocimientos y su aplicación derive en innovación y bienestar social. Para ello, los posgrados se dividen en tres niveles: Especialización, Maestría y Doctorado.

En el caso concreto de los estudios de Maestría, la Universidad de Swansea (s/f) menciona los siguientes beneficios de cursar un programa de este nivel: mejorar las competencias profesionales e incrementar las opciones de empleabilidad, y recompensa intelectual; avanzar en una nueva dirección de carrera o prepararse para la investigación de doctorado. En cuanto a la empleabilidad mejorada, el cursar una Maestría permitirá el estudiante enriquecer su currículum y lo ayudará a sobresalir en un mercado laboral altamente competitivo para graduados, además de desarrollar habilidades de organización, administración del tiempo y capacidad para cumplir con los plazos. Además, el estudiante podrá ampliar sus habilidades en las siguientes áreas: comunicación, gestión de proyectos, análisis de los datos, tecnologías de la información, pensamiento independiente, pensamiento crítico y resolución de problemas. De esta manera, el resultado de las habilidades y experiencias adquiridas elevará las probabilidades del egresado para obtener un empleo o un salario más alto, obteniendo un retorno de su inversión.

Además, la OCDE (2017) afirma que las competencias se han convertido en el impulsor clave del bienestar individual y el éxito económico en el siglo veintiuno; por ello, sin una inversión adecuada en habilidades, las personas languidecen al margen de la sociedad, el progreso tecnológico no se traduce en crecimiento, y por ello los países no pueden competir en economías globales cada vez más basadas en el conocimiento. De esta manera, se observa la importancia del desarrollo de competencias en el ámbito de la educación superior.

Desde la perspectiva de las organizaciones, la OCDE (2017) enfatiza la necesidad por

incrementar las competencias laborales a favor de la productividad y así impulsar la innovación y la investigación, tareas fundamentales para que las empresas mexicanas mejoren la productividad y asciendan en la cadena de valor global, lo que incrementaría la demanda de mayores habilidades. De esta manera, el contar con directivos y colaboradores competentes, permitirá a las organizaciones desarrollar nuevos productos e ideas de negocios, al tiempo que garanticen que los trabajadores puedan adaptarse más rápidamente a la organización y a la transformación productiva generada por la transición hacia más actividades de valor agregado, pudiendo, además, expandirse hacia nuevos mercados.

Asimismo, la OCDE (2017) señala que el contar con profesionistas con mayores habilidades y competencias también puede facilitar la transición de empleos informales a formales. En México, un número creciente de grandes empresas demandan y emplean trabajadores altamente calificados y con sólida formación académica, pero muchas otras firmas todavía demandan trabajadores relativamente poco calificados o apegados a actividades de valor agregado relativamente bajo. Esto, dado que en nuestro país aún tanto la inversión en investigación y desarrollo (I+D) del sector privado como público están muy por debajo del promedio de casi todos los países de la OCDE.

De acuerdo con la Conferencia de las Naciones Unidas sobre Comercio y Desarrollo (UNCTAD, 2018), los cambios tecnológicos y en los modelos de gestión tienen una profunda repercusión en cómo nos desenvolvemos en nuestra vida cotidiana y en la forma en que las organizaciones desempeñan sus tareas. Las innovaciones digitales ya han transformado la forma en que las familias y las empresas obtienen sus ingresos, y cómo los consumidores adquieren bienes y servicios para satisfacer sus necesidades. Por ello, es posible señalar que estos cambios constituyen una cuarta revolución industrial que está cambiando la geografía de la producción y las competencias laborales demandadas por parte de los empleadores.

No obstante, la UNCTAD destaca que son las acciones sociales y políticas (en forma de reglas, normas y directrices gubernamentales) las que determinarán cómo se

despliega el futuro. A este respecto, ha sido una desgracia que la revolución digital tuviera lugar en una época neoliberal. Durante los cuatro últimos decenios, una combinación de astucia financiera, poder empresarial incontrolado y austeridad económica ha hecho trizas el contrato social al que se llegó después de la Segunda Guerra Mundial y lo ha sustituido por una serie diferente de reglas, normas y políticas, a nivel nacional, regional e internacional. Esto ha permitido al capital —tangible o intangible, a corto o largo plazo, industrial o financiero— eludir la supervisión reguladora, aprovechar nuevas oportunidades de lucro y restringir la influencia de los responsables políticos sobre la manera de hacer negocios.

Asimismo, la Encuesta Global de Empleadores QS (QS Global Employer Survey, 2018), en un estudio que abordó a más de 11 empleadores a nivel internacional, destaca que las competencias laborales más demandadas por las empresas en 2018 son: 1) resolución de problemas, 2) trabajo en equipo, 3) comunicación oral o escrita, 4) adaptabilidad, 5) análisis de datos, 6) resiliencia o capacidad para sobreponerse a situaciones complicadas, 7) organización de tareas, 8) habilidades técnicas, 9) creatividad, 10) liderazgo, 11) idiomas, y, 12) conciencia o mentalidad de negocios.

En este sentido, el Banco Mundial (2018b), afirma que las empresas en 2018 operan dentro de límites más amplios. Los acuerdos de libre comercio y mejoras en infraestructura reducir el costo del comercio transfronterizo. Esto permite que las transacciones tengan lugar donde sea y que los costos se minimicen. Las nuevas tecnologías han reducido los costos de comunicación. Como resultado, las empresas optan cada vez menos por la integración vertical: los gerentes subcontratan más tareas al mercado.

Por ello, desde el 2001, la proporción del empleo en ocupaciones intensivas en habilidades cognitivas no rutinarias y socio-conductuales han aumentado del 19% al 23% en las economías emergentes, y del 33% al 41% en las economías avanzadas. Además, menciona que, por ejemplo, en Vietnam, dentro de una industria promedio, los trabajadores que realizan las tareas analíticas no rutinarias ganan un 23% más y

aquellos en tareas interpersonales 13% más. En Georgia y Armenia, la prima de ganancias para resolver problemas y aprender cosas nuevas en el trabajo está cerca del 20%. De manera similar, el Reporte del Consejo Admisiones en Graduados de Administración (GMAC, 2017), destaca que las habilidades más demandadas por los empleadores a nivel internacional pueden agruparse de la siguiente forma:

Posición	Habilidad
1	Comunicación
2	Trabajo colaborativo
3	Habilidades técnicas
4	Liderazgo
5	Gestión de recursos

Fuente: elaboración propia con base en GMAC 2017 Corporate Recruiters Report.

También, se destaca que en América Latina las habilidades mejor valoradas son el liderazgo, destrezas técnicas y el trabajo colaborativo. Además, dicho reporte destaca veinticinco habilidades específicas, dentro de estos cinco grupos, las cuales son buscadas por las empresas que contratan graduados de los programas de Maestrías en Negocios; éstas se ubicaron en el siguiente orden de importancia global:

Posición	Habilidad	Tipo
1	Comunicación oral	Comunicación
2	Habilidades auditivas	Comunicación
3	Adaptabilidad	Trabajo colaborativo
4	Comunicación escrita	Comunicación
5	Habilidades de presentación	Comunicación
6	Capacidad para evaluar a los pares	Trabajo colaborativo
7	Integridad	Liderazgo
8	Seguir al líder	Habilidades técnicas
9	Manejo de grupos	Liderazgo
10	Sensibilidad multicultural	Trabajo colaborativo
11	Análisis cuantitativo	Habilidades técnicas
12	Análisis cualitativo	Habilidades técnicas
13	Innovación y creatividad	Liderazgo
14	Conocimientos de negocios	Habilidades técnicas
15	Motivación grupal	Liderazgo
16	Visión estratégica	Liderazgo
17	Capacidad de delegar	Trabajo colaborativo
18	Habilidades de negociación	Comunicación
19	Uso de las tecnologías	Habilidades técnicas
20	Habilidades de lenguaje técnico	Habilidades técnicas
21	Toma de decisiones	Gestión de recursos
22	Manejo del entorno	Gestión de recursos
23	Manejo de estrategias de innovación	Gestión de recursos
24	Gestión del capital humano	Gestión de recursos
25	Gestión de tareas administrativas	Gestión de recursos

Fuente: elaboración propia con base en GMAC 2017 Corporate Recruiters Report.

También, se hace un comparativo de las diez habilidades más buscadas por tipo de industria, las cuales se resumen en la siguiente tabla:

Posición	C	E	F/C	SS/FR	T	M	G	P/SR
1	Com. Oral	Hab. Audit.	Análisis Cuant.	Com. Oral	Com. Oral	Integr.	Com. Oral	Com. Oral
2	Hab. Audit.	Com. Oral	Análisis Cual.	Hab. Audit.	Hab. Audit.	Manej. Grup.	Hab. Audit.	Integr.
3	Com. Escrita	Integr.	Com. Oral	Com. Escrita	Com. Escrita	Innov. Creat.	Com. Escrita	Hab. Audit.
4	Adapat.	Com. Escrita	Conoc. Negoc.	Hab. Presen.	Adapat.	Motiv. grupal	Hab. Presen.	Manej. Grup.
5	Hab. Presen.	Ánalisis Cuant.	Hab. Audit.	Integr.	Hab. Presen.	Visión Estrat.	Adapat.	Adapat.
6	Cap. Ev. Par.	Hab. Presen.	Com. Escrita	Cap. Ev. Par.	Cap. Ev. Par.	Adapat.	Cap. Ev. Par.	Com. Escrita
7	Segu. al líder	Manej. Grup.	Uso de Tecno.	Adapt.	Integr.	Cap. Ev. Par.	Hab. De Negocia	Hab. Presen.
8	Sens. Mult.C.	Adapat.	Adapat.	Manej. Grup.	Sens. Mult.C.	Com. Oral	Sens. Mult.C.	Cap. Ev. Par.
9	Integr.	Cap. Ev. Par.	Hab. Presen.	Sens. Mult.C.	Manej. Grup.	Hab. Audit.	Segu. al líder	Innov. Creat.
10	Cap. de delegar	Uso de Tecno.	Cap. Ev. Par.	Segu. al líder	Segu. al líder	Sens. Mult.C.	Ánalisis Cuant.	Motiv. grupal

C: consultoría; E: energía; F/C: finanzas/contabilidad; SS/FR: servicios de salud/farmacéutica
T: tecnología; M: manufactura; G: gobierno; P/SR: productos y servicios.

Fuente: elaboración propia con base en GMAC 2017 Corporate Recruiters Report.

Además, es importante destacar que, de acuerdo con el GMAC (2017), las categorías de habilidades que aumentaron significativamente en la clasificación de importancia de los empleadores se encuentran en el conjunto de habilidades de trabajo en equipo y de gestión. Dos observaciones son dignas de mención: los cambios en el lugar de trabajo de hoy ocurren más rápido y en una escala más global. Para tener éxito, los empleadores necesitan líderes empresariales que sean sólidos jugadores de equipo y buenos administradores: personas que puedan seguir y liderar, que puedan trabajar con personas de diferentes culturas, que puedan adaptarse rápidamente al cambio, gestionar la estrategia y la innovación y tomar decisiones; por otra parte, aunque los empleadores ponen más énfasis en el trabajo en equipo y en las habilidades de gestión este año, todavía califican la comunicación como una habilidad esencial para dominar.

En cuanto a la creciente importancia del desarrollo de competencias profesionales, el Reporte del Consejo Admisiones en Graduados de Administración 2018 (GMAC, 2018), con base en una encuesta aplicada a más de mil empleadores de 42 países de todo el mundo, señala que las empresas a nivel internacional pretenden contratar a profesionistas para desempeñar funciones en las siguientes áreas: desarrollo de negocios o planes de negocios, análisis de datos, mercadotecnia, finanzas, contabilidad, administración en general, recursos humanos, tecnologías de la comunicación, operaciones, consultoría, y, finalmente, banca e inversiones. Asimismo, el reporte GMAC 2018 destaca que los empleadores de las industrias de consultoría, energía, manufactura, sector público y otros servicios consideran entre sus prioridades incorporar profesionales en recursos humanos.

En el contexto latinoamericano, un 93% de los empleadores afirmaron su intención por contratar profesionistas competentes en la gestión de negocios, a diferencia de Estados Unidos de América, Asia Pacífico y Europa, donde los resultados arrojaron porcentajes del 80%, 73% y 71%, respectivamente.

Sin embargo, a la par de las competencias en el área de negocios, el manejo de los recursos humanos y su capacitación son tareas fundamentales en un entorno dinámico como el que enfrentamos actualmente; por ello, la Organización Internacional del Trabajo (2017) afirma que las organizaciones deben contar con el capital humano capaz de crear estrategias que incidan en la capacidad de respuesta organizacional a los cambios en el entorno, impulsando la innovación y el cambio.

De manera similar, Smith (2018) destaca el papel de la innovación como una cualidad cada vez más solicitada por los empleadores para impulsar la competitividad de las empresas; es decir, profesionistas capaces de resolver problemas mediante estrategias novedosas, eficaces y sustentables, las cuales incrementen la calidad de los procesos y la reducción de costos. Por otra parte, Craig afirma que las empresas contratan talento innovador para alcanzar sus metas de mediano y largo plazo, los cuales transformen

los procesos de producción, aprovechando las tecnologías digitales de tal forma que puedan satisfacer las demandas del mercado.

No obstante, las altas tasas de desempleo juvenil a nivel internacional exigen el diseño de estrategias que permitan la inserción laboral de la población económicamente activa, entre las que destacan los programas de fomento al emprendimiento, el cual es definido por el Global Entrepreneurship Monitor (GEM, s.f.) como cualquier intento de creación de nuevos negocios o nuevas empresas, el empleo por cuenta propia, una nueva organización empresarial o la expansión de un negocio existente, por parte de un individuo, un equipo de individuos o un negocio establecido.

Por esto, el Programa de las Naciones Unidas para el Desarrollo (PNUD, 2016) destaca la importancia de no sólo fomentar el emprendimiento, sino favorecer su formación y especialización; es decir, formar emprendedores cada vez más competentes y que se erijan como agentes de cambio e innovación. Por esto, Padoa (citado en OCDE, 2009) enfatiza que las IES deben de impulsar el currículum emprendedor entre los estudiantes e incrementar la oferta de programas que fortalezcan su formación en esta área. Así, contarán con mejores herramientas para materializar su enorme potencial para innovación y el desarrollo económico.

Además, QS Top Universities (2018) destaca que, el estudiar un posgrado en emprendimiento permite eliminar los errores comunes entre los emprendedores novatos, fortaleciendo las ideas de negocios y dotándolos de elementos que coadyuven a su inserción en un mercado cada vez más competitivo; de forma similar, la Corporación para el desarrollo de pequeñas empresas del gobierno del oeste de Australia (2018), enfatiza que no basta con el hecho de iniciar un negocio, sino hacerlo con base en una sólida planeación y gestión de los recursos así como la implementación de habilidades de negocios, los cuales encaminen la innovación; para ello, se destaca que los emprendedores deben fortalecer las siguientes áreas de gestión: finanzas, mercadotecnia, administración de proyectos, entre otras.

Considerando estas premisas, la Maestría en Innovación y Emprendimiento de Negocios tiene como objetivo formar profesionistas competentes para crear y gestionar proyectos emprendedores e ideas de negocios innovadoras, competitivas y sustentables, coadyuvando así al crecimiento económico incluyente y al bienestar social.

1.2 El campo profesional y el mercado laboral

Tal como lo menciona el Instituto Nacional de Estadística y Geografía (INEGI, 2018), la población ocupada en nuestro país por sector de actividad económica durante el 2017 se distribuyó de la siguiente forma:

Distribución de la población ocupada según el sector de actividad económica

Trimestre	Población total	Primario	%	Secundario	%	Terciario	%
I	51859895	6537130	12.61	13234733	25.52	31824914	61.37
II	52198611	6696462	12.83	13330431	25.54	31869432	61.05
III	52438646	6954738	13.26	13418141	25.59	31724164	60.50
IV	52865845	7056744	13.35	13524988	25.58	31969381	60.47
Promedio	52,340,749.25	6,811,268.5	13.01	13,377,073	25.56	31,846,973	60.85

Fuente: elaboración propia con base en datos del INEGI (2018).

En este sentido, la mayor parte de la población ocupada de nuestro país se concentra en el sector servicios, porcentaje aproximadamente 2.4 veces mayor que en el sector secundario, el cual se ubica en la segunda posición. A continuación, se presentan los principales rubros de cada sector:

Distribución de la población ocupada según el sector secundario (%)

Trimestre	Industria extractiva y de la electricidad	Industria manufacturera	Construcción
I	3.00	64.49	32.51
II	3.06	65.08	31.86
III	3.10	65.61	31.29
IV	3.03	64.71	32.26
Promedio	3.04	64.97	31.98

Distribución de la población ocupada según el sector secundario (%)

Trimestre	Comercio	Restaurantes y alojamiento	Transportes y comunicaciones	Financieros	Sociales	Diversos	Gobierno	No especificado
I	30.57	12.16	8.33	11.47	13.29	17.17	7.01	0.51
II	30.25	12.50	8.27	11.46	13.30	17.33	6.90	0.58
III	30.27	12.29	8.45	11.78	13.29	17.07	6.86	0.65
IV	30.26	12.35	8.47	11.30	13.62	17.04	6.96	0.60
Promedio	30.34	12.33	8.38	11.50	13.38	17.15	6.93	0.58

Fuente: elaboración propia con base en datos del INEGI (2018).

De conformidad con lo anterior, y tal como lo destaca la Organización Mundial del Comercio (2017), la importante aportación del sector servicios al empleo se ha incrementado en buena medida por los mayores flujos comerciales a nivel internacional, los cuales potencian las actividades de logística y transportes, así como la creciente internacionalización de las empresas, impulsada por el desarrollo de las comunicaciones, la innovación y la penetración de nuevas tecnologías. En este sentido, el Observatorio Laboral (2018) destaca que las carreras con mayor número de ocupados en México son: Administración y gestión de empresas, Derecho, y, Contaduría y fiscalización. Dentro del área económico-administrativa, el Observatorio laboral muestra la siguiente situación:

Profesionistas ocupados en el área económico-administrativa

Carrera	Profesionistas ocupados	%	Hombres (%)	Mujeres (%)	Ingreso mensual promedio (\$)
Administración y gestión de empresas	882,723	38	52	48	\$11,260
Contabilidad y fiscalización	748,537	32	52.6	47.4	\$11,808
Economía	84,718	4	62.2	37.8	\$14,276
Finanzas, banca y seguros	43,366	2	68.7	31.3	\$18,547
Mercadotecnia y publicidad	175,303	8	48	52	\$11,932
Negocios y administración, programas multidisciplinarios	214,497	9	52.6	47.4	\$13,397
Negocios y comercio	184,440	8	49	51	\$12,523
Total	2,333,584	100		Promedio	\$13,392

Fuente: Observatorio Laboral (2018). Estadísticas de carreras profesionales por área. Datos al segundo trimestre de 2018.

Además, el Observatorio laboral (2018) destaca las siguientes tendencias en el mercado laboral:

- Big data
- Especialización del conocimiento
- Diversidad de género
- Evolución del marketing
- Crecimiento de las pymes
- Hacer más con menos recursos
- El sector público flexibilizará la mano de obra

- La optimización móvil

Respecto al posicionamiento del emprendimiento en el mercado laboral mexicano, Mass Challenge Mexico, citado en Idc Online (2017), destaca que nuestro país se ubica cuarto lugar en emprendimiento en América Latina, sólo por detrás de Brasil, Argentina y Chile, quienes ocupan el primer, segundo y tercer lugar, respectivamente. En buena medida, esto explica que el número de nuevos proyectos o start ups se ha incrementado de forma exponencial en los últimos cinco años.

De forma similar, el Global Entrepreneurship Monitor (GEM, s.f.b) afirma que el porcentaje de población adulta emprendedora en México se elevó de forma significativa durante el periodo de 2010 a 2015. Prueba de ello es que la tasa empresarial inicial (TEA) pasó del 10% al 21% en dichos años, siendo esta cifra mayor que el promedio de los países latinoamericanos, el cual fue del 19.9%. Sin embargo, para el reporte 2017-2018 (GEM, 2018) la TEA se redujo al 14.1%, ubicando a nuestro país en el lugar 17 en un grupo de 54.

A pesar de este resultado, el GEM (2018) ubicó a nuestro país dentro del grupo de economías conducidas por la eficiencia (efficiency-driven economies), el cual es el punto intermedio entre aquellas conducidas por la innovación y las que encuentran sus ventajas en la explotación de sus factores productivos. Este escenario, lejos de ser considerado como una debilidad, es señalado por la OCDE (2017c) como un área de oportunidad para que, a través del emprendimiento y la mejora en los procesos de gestión entre las organizaciones, nuestra economía pueda encaminarse en la senda de la innovación y del desarrollo tecnológico; además, la OCDE enfatiza que las pequeñas y medianas empresas no deben quedar al margen de este proceso, pues son fundamentales para impulsar el crecimiento económico y el bienestar social.

Al revisar la demanda de posgrado en el área económico-administrativa en la zona conurbada Veracruz-Boca del Río durante el ciclo escolar 2017-2018, la Asociación Nacional de Universidades e Instituciones de Educación Superior (ANUIES, 2018a) afirma que ésta contaba con una matrícula de 963 estudiantes y egresaron 567.

Tomando en consideración la información aportada por el INEGI y el Observatorio Laboral y la ANUIES, es importante destacar la elevada contribución de las pequeñas y medianas empresas al empleo nacional, la relevancia de la innovación y del emprendimiento en el contexto mexicano, la importante demanda de los programas de estudio del área académica económico administrativa y las tendencias del mercado laboral con el fin de diseñar un programa de Maestría de calidad, pertinente y que permita la formación de profesionistas competentes en el mercado laboral globalizado.

1.3 Oferta educativa internacional y nacional

Análisis de la oferta educativa a nivel nacional

Para poder comparar el programa de Maestría en Innovación y Emprendimiento de Negocios de nuestra institución, se comenzó por la búsqueda de aquellos que incorporasen éstas tres áreas en el territorio mexicano. Luego de una exhaustiva revisión, no se encontraron programas con la misma nomenclatura. Luego, se procedió al análisis de Maestrías en el área de gestión de Negocios, considerando a las IES de nuestro país mejor posicionadas en este ámbito, por lo cual se tomó como referencia el ranking *QS Global MBA Rankings: Latin America* presentado por el sitio Top MBA (2018), en el cual se muestran las principales escuelas de negocios para estudiar una Maestría en Administración/Negocios en América Latina.

Dentro de éste, se consideraron únicamente los dos primeros lugares, los cuales corresponden a las siguientes instituciones: 1) Escuela de Graduados en Administración y Dirección de Empresas (EGADE) del ITESM y 2) Instituto Panamericano de Alta Dirección de Empresas (IPADE); además, se tomó en cuenta al Instituto Tecnológico Autónomo de México (ITAM), ya que esta institución ha aparecido en el ranking de ediciones anteriores. Luego, se exploró la oferta de programas de Maestría enfocados en los ámbitos de innovación y emprendimiento, encontrando los ofertados por la Universidad la Salle Bajío, la Universidad Autónoma de Nuevo León (UANL) y la Universidad Anáhuac Mayab. Es importante destacar que al mes de diciembre de 2018 no existían programas adscritos al Programa Nacional de Posgrados de Calidad

(PNPC) del CONACYT enfocados en innovación y emprendimiento de negocios, por lo cual sólo se considera la Maestría en Administración de Negocios de la Universidad de Guadalajara (UdG).

Posgrados en Administración/Gestión de negocios

EGADE

El programa de Maestría en Administración de Negocios ofrecido por la EGADE Business School brinda una visión integral de las áreas funcionales de la empresa en un contexto global y prepara a sus alumnos para liderar, emprender y transformar sus organizaciones con éxito y responsabilidad. Dentro de sus objetivos, se enfatiza el compromiso por formar egresados capaces de dirigir organizaciones que se desenvuelven en entornos globales; diseñar y desarrollar modelos de negocios innovadores y sostenibles; emprender proyectos estratégicos que generan valor a la organización; contribuir con el desarrollo económico, social y ambiental de su comunidad; y, aplicar metodologías de gestión para el funcionamiento de la organización. En cuanto al plan de estudios, éste se integra de la siguiente forma:

EGADE: plan de estudios de la Maestría en Administración de Negocios

Curso de homologación	Cursos básicos	Cursos fundamentales
Fundamentos analíticos para los negocios	Competencias para la alta dirección Economía para la toma de decisiones Comportamiento del consumidor y estrategias de mercadotecnia Liderazgo y dirección de personas en las organizaciones Finanzas corporativas Inteligencia de negocios Administración de operaciones	Estrategia en las organizaciones Innovación y emprendimiento Estrategia y negociación en ambientes multiculturales Administración de servicios Competencias para la alta dirección
Cursos sello	Concentraciones MBA*	
Gobierno corporativo y ética Sostenibilidad corporativa	Branding & strategic marketing Strategic corporate finance Global business management Global operations management Innovation & entrepreneurship Service management	

*Ofrecidos en inglés. Cada área de concentración consta de cuatro cursos, los cuales se imparten junto con un socio estratégico. Fuente: elaboración propia con base en <http://www.itesm.mx/wps/wcm/connect/EBS/EGADE+Business+School+ND/Programas/MBA/>

IPADE

El programa de Maestría en Administración de Negocios ejecutivo ofrecido por el IPADE, denominado MEDEX, se centra en desarrollar tres clases de competencias directivas:

- Competencias estratégicas: visión de negocios, resolución de problemas, administración de recursos, orientación al consumidor, capacidad de relación y negociación.
- Competencias organizacionales: comunicación, organización, empatía, delegación, *coaching* y trabajo en equipo.
- Competencias de efectividad personal: proactividad, carisma, autogobierno, autodirección, integridad y desarrollo personal.

En cuanto a su plan de estudios, este se divide en cuatro semestres, compuestos por las siguientes materias:

IPADE: plan de estudios del MEDEX.

Primer semestre	Cursos	Segundo semestre	Cursos
	Comercialización Control e información directiva Entorno económico Factor humano Persona y familia Filosofía y empresa Contabilidad financiera Herramientas cuantitativas para la dirección		Comercialización Control e información directiva Dirección de operaciones Dirección financiera Entorno económico Dirección de personal Factor humano Política y empresa Persona y familia
Tercer semestre	Cursos	Cuarto semestre	Cursos
	Comercialización Dirección de operaciones Dirección financiera Entorno político y social Dirección de personal Persona y familia		Control e información directiva Dirección financiera Entorno político y social Política de empresa Persona y familia Familias empresarias <i>Entrepreneurship</i>

Fuente: elaboración propia con base en <http://www.ipade.mx/programas/executive-mba/Pages/ipade-executive-mba-program.aspx>

Otro aspecto fundamental de este programa es su orientación hacia el desarrollo de la experiencia internacional de los estudiantes. Para ello, durante el segundo año se desarrollan casos basados en situaciones problemáticas que demandan la capacidad

de tomar decisiones que involucran estrategias globales para su solución. Además, se contempla la participación en la semana internacional, la cual se desarrolla en las instalaciones de la institución y cuenta con la participación de IES extranjeras para tratar los temas de competitividad y responsabilidad empresarial. Finalmente, el plan de estudios incluye la participación en tres módulos impartidos en escuelas de negocios extranjeras, con duración de 4 días a una semana.

ITAM

El Programa de Maestría en Administración de Negocios ofertado por el ITAM, en modalidad de tiempo parcial, consta de 19 cursos que, con una carga de tres materias por semestre, puede ser concluido en 21 meses. De éstos, 15 son básicos y el resto de especialización. Estos se estructuran de la siguiente forma:

ITAM: plan de estudios del MBA de tiempo parcial.

Habilidades directivas	Estrategia y emprendimiento	Mercadotecnia y operaciones
Liderazgo y manejo del cambio Comportamiento organizacional	Dirección estratégica Innovación y desarrollo de negocios Seminario de dirección general	Dirección de mercadotecnia Dirección de operaciones y tecnología
Análisis del entorno	Finanzas	Especialización
Economía de la empresa Entorno económico global Estadística para negocios Marco legal para negocios	Contabilidad financiera Control de gestión y costos Finanzas corporativas Inversiones	Cuatro cursos en desarrollo empresarial, dirección general, finanzas o mercadotecnia

Fuente: elaboración propia con base en <http://mba.itam.mx/modalidades.php#mbatp>

En cuanto a la experiencia internacional, se ofrece la posibilidad de tomar cursos en IES de Brasil, EUA y Canadá, los cuales operan bajo el formato de residencias, en las cuales se imparten dos materias, las cuales, en caso de ser aprobadas, serán revalidadas como parte del MBA.

Programas adscritos al PNPC

Maestría en Administración de Negocios (Universidad de Guadalajara, UdG)

Tal como se menciona en el sitio oficial de la UdG, este programa está enfocado en el desarrollo de competencias y habilidades, tanto para crear como para gestionar de

manera eficiente organizaciones productivas nacionales e internacionales ya sean públicas o privadas. Asimismo, permite formar profesionales con visión emprendedora e innovadora, el desarrollo de líderes éticos y talento de alto nivel para cubrir las necesidades tanto del entorno laboral como del social.

De esta manera, el programa tiene como objetivo ofrecer un abanico de conocimientos más amplio que una maestría especializante (es decir, enfocada en una sola área del conocimiento o función de la organización), brindando herramientas de análisis para gestionar eficientemente las diversas áreas, funciones y procesos de organizaciones en diversos sectores e industrias. Por ello, brinda la opción de especializarse durante el último periodo de la maestría a través de “*Concentrations*” las cuales permiten potencializar los perfiles e intereses profesionales de las y los estudiantes previo a su reincorporación al mercado laboral; enfocando su desarrollo profesional dentro de áreas del conocimiento específicas, de tendencia, con vocación regional y/o internacional de la mano de experto.

UdG: plan de estudios de la Maestría en Administración de Negocios

Semestre			
Primero	Segundo	Tercero	Cuarto
Gestión estratégica	Gestión y tráfico de aduanas	Valoración de empresas e intangibles	Logística internacional
Administración de la cadena de suministros	Investigación de mercados	Comportamiento del consumidor	Libre elección
Entorno económico de las organizaciones	Habilidades y competencias directivas	Mercados e instrumentos financieros	Optativa II
Estadística para la toma de decisiones	Optativa I	Producto integrador I	Producto integrador II
Optativa I	Optativa II	Libre Elección Ética y responsabilidad social Movilidad	
Administración de portafolios	Gestión del desarrollo sustentable		
Desarrollo de nuevos productos y servicios	Legislación aduanera y comercio exterior		
Mercadotecnia estratégica			

Fuente: elaboración propia con base en información de la página web de la UdG. Disponible en <http://mba.cucea.udg.mx/?q=acerca/mision>

Maestría en Emprendimiento e Innovación

Maestría en Emprendimiento e Innovación en los negocios (Universidad la Salle Bajío)

Este programa tiene como objetivo formar profesionales, que identifiquen, creen y desarrollen oportunidades de negocios, para fortalecer la competitividad y rentabilidad de las empresas a través de la innovación y el emprendimiento, con la finalidad de transformar su contexto, en respuesta a los retos de la sociedad. En cuanto a su mercado, éste se enfoca en profesionistas con inquietudes de superación en el campo del emprendimiento e innovación en los negocios, así como en la profundización de sus conocimientos.

Universidad la Salle Bajío: plan de estudios de la Maestría en emprendimiento e innovación en los negocios

Cuatrimestre				
1°	2°	3°	4°	5°
Fuentes de la innovación y del Emprendimiento	Gestión del emprendimiento	Diseño innovador de modelos de negocio	Generadores de valor y evaluación financiera	Seminario de emprendimiento
Cultura de innovación en las organizaciones	Gestión de la innovación	Diseño de productos, servicios, procesos y mercados innovadores	Tendencias de la innovación y del emprendimiento	Seminario de innovación
Gestión del conocimiento y su repercusión económica	Ciencia, tecnología e innovación	Gestión de proyectos	Plataformas digitales y herramientas para la innovación	Prospectiva social, ambiental y económica

Fuente: elaboración propia con base en información de la página web de la Universidad la Salle Bajío. Disponible en: <http://bajio.delasalle.edu.mx/oferta/oferta5.php?n=6&p=63>

Maestría en Innovación y Emprendimiento Empresarial (UANL)

De acuerdo con la página web de la UANL, el programa busca formar egresados que analicen las diferentes metodologías y herramientas enfocadas a la innovación, el emprendimiento y la tecnología en la gestión de procesos con la finalidad de mejorar el desempeño y la productividad en las organizaciones en el entorno local, nacional e internacional; utilicen el conocimiento de su disciplina con un alto nivel de análisis para contribuir en la generación de nuevos productos, procesos o modelos de negocio a partir de la concepción de estrategias enfocadas al mercado y la detección de oportunidades.

Todo esto, apoyándose en el uso de las tecnologías de vanguardia en alineación con las tendencias actuales de la Administración y los Negocios, incluyendo un enfoque sustentable; y, ejerzan de manera óptima el liderazgo académico y social, la motivación, la comunicación, con responsabilidad y ética en el ámbito de su influencia y que éste alineada con el propósito de las organizaciones en base al estudio de las mejores prácticas en la Administración y los Negocios, promoviendo una sociedad responsable, sostenible y sustentable conforme a los valores promovidos por la UANL para hacer frente a los retos de la sociedad contemporánea.

UANL: plan de estudios de la Maestría en Innovación y Emprendimiento Empresarial

Semestre				Optativas
1°	2°	3°	4°	
Gestión estratégica	Gestión de la calidad	Administración de proyectos	Optativa II	Herramientas para la creatividad
Estadística para la toma de decisiones	Modelos de negocios	Gestión de la innovación y la tecnología	Desarrollo de nuevos productos y servicios	Manufactura esbelta
Gestión del conocimiento	Finanzas aplicadas a los negocios	Gestión del desarrollo sustentable	Elección libre	Aspectos legales y transferencia tecnológica
Metodología aplicada	Optativa I	Producto integrador de aprendizaje I	Producto integrador de aprendizaje II	Habilidades y competencias directivas
				Gestión de emprendimientos sociales
				Seis sigma
				Dirección de Mercadotecnia
				Mercados financieros internacionales

Elección libre: Ética y responsabilidad social en los negocios; movilidad académica.

Fuente: elaboración propia con base en información de la página web de la UANL. Disponible en: <http://facpya.uanl.mx/maestrias/maestria-en-innovacion-y-emprendimiento-empresarial/>

Maestría en Innovación y Emprendimiento (Universidad Anáhuac Mayab)

Este programa busca formar agentes de cambio que promuevan la innovación y el emprendimiento al detonar nuevas ideas de negocio que solucionan problemas actuales dentro y fuera de las organizaciones.

Formación profesional	Electivas profesionales	Formación multidisciplinaria
<p>Competitividad en la sociedad del conocimiento.</p> <p>Estrategias para la gestión de la innovación.</p> <p>Las vías del emprendimiento e intraemprendimiento.</p> <p>Productos y servicios: innovando en la propuesta de valor.</p> <p>Procesos: optimizando con innovación.</p> <p>Mercadotecnia: transmitiendo la innovación.</p> <p>Organizaciones con innovación.</p> <p>Economía verde.</p> <p>Transferencia tecnológica y fondeo de proyectos.</p> <p>Exploración de proyectos de innovación.</p> <p>Proyecto de innovación: de la estrategia a la acción.</p>	<p>Oportunidades para la responsabilidad social y el desarrollo sustentable.</p> <p>Proyectos de negocio para el desarrollo sustentable.</p> <p>Tecnologías para el desarrollo sustentable.</p>	<p>Planeación estratégica para la competitividad.</p> <p>Valuación financiera de las ideas.</p> <p>Formación Anáhuac: Liderazgo humanista; Ética.</p>

Fuente: elaboración propia con base en información de la página web de la Universidad Anáhuac Mayab. Disponible en: <http://facpya.uanl.mx/maestrías/maestría-en-innovación-y-emprendimiento-empresarial/>

Análisis de la oferta en el entorno local

Toda vez que en el Estado de Veracruz no se ofertan Maestrías en Innovación y Emprendimiento de Negocios, en este apartado se considera que la oferta de Maestrías en Gestión de Negocios representa la competencia más cercana para esta propuesta y se conforma por las siguientes IES: Universidad Tecmilenio (UTM), Universidad del Valle de México (UVM) y la Universidad Cristóbal Colón (UCC). A continuación, se presenta un panorama de cada una de estas opciones.

UTM: Maestría en Administración de Negocios

Tal como se menciona en su página web, el programa de Maestría en Administración de Negocios de la UTM tiene varias opciones o áreas de especialización, las cuales

son: calidad y productividad, finanzas, mercadotecnia y recursos humanos; su propósito es ofrecer un programa de calidad, el cual tiene como base operar a través de un modelo educativo flexible, con la posibilidad de cursar materias de manera presencial o en línea, así como otorgar las certificaciones pertinentes en cada una de las áreas antes señaladas.

Además, se destaca la existencia de convenios con universidades extranjeras para promover la movilidad de los estudiantes, así como la presencia de convenios con el sector empresarial para facilitar las prácticas profesionales. En cuanto al plan de estudios, éste se conforma por cinco cuatrimestres, de los cuales los tres primeros son de tronco común, y, en los dos últimos se ofrecen 4 materias de especialización y dos más orientadas al desarrollo de un proyecto; a continuación, la Tabla 8 muestra el conjunto de materias que pueden cursarse en este programa:

UTM: plan de estudios de la Maestría en Administración de negocios.

Periodo	Materias		
1*	Fundamentos de Administración	Contabilidad y administración financiera	Métodos cuantitativos para la toma de decisiones
2*	Economía	Administración de operaciones	Ánálisis de la información financiera
3*	Toma de decisiones administrativas y financieras	Dirección estratégica	Mercadotecnia
4*	Metodología de la investigación*		
5*	Desarrollo de proyecto de campo*		
Área	Calidad y productividad	Finanzas	
4	Administración de la calidad Herramientas para la optimización de recursos	Evaluación de proyectos de inversión Finanzas corporativas	
5	Administración de la cadena de suministros Ingeniería de la productividad	Tópicos selectos de finanzas Sistemas de información para la administración	
Área	Mercadotecnia	Recursos humanos	
4	Investigación de mercados Comportamiento del consumidor	Administración estratégica de recursos humanos Comportamiento humano en las organizaciones	
5	Estrategias de producto y promoción Estrategias de distribución y precios	Estrategias innovadoras de recursos humanos Sistemas de información para la administración	

*Tronco común. Fuente: elaboración propia con base en información de la página web de la Universidad Tecmilenio. Disponible en <http://tecmilenio.mx/posgrado/maestria-administracion-negocios-calidad-productividad/>

UVM: Maestría en Administración de Negocios (MBA)

Este programa tiene como objetivo ofrecer los conocimientos y desarrollar las competencias gerenciales necesarias para dirigir estratégicamente las organizaciones y generar valor en la empresa, en un entorno de negocios multidisciplinario y cada vez más globalizado. Además, ofrece la posibilidad de obtener un doble grado entre Maestrías afines, como es el caso de la Maestría en Administración de Negocios con orientación a Mercadotecnia, la Maestría en Administración de Negocios con orientación a Finanzas y la Maestría en Administración de Negocios con orientación en Dirección de Talento. Para ello, se necesita aprobar la especialidad que corresponda y se podrá obtener un título en ambos posgrados. A continuación, se presenta la estructura del plan de estudios:

UVM: plan de estudios del MBA.

Tronco común		Orientación		
Introductorias	Fundamentales	Dirección del talento	Finanzas	Mercadotecnia
Matemáticas. Técnicas de comunicación y estilo para una comunicación efectiva.	Administración estratégica de la cadena de valor. Economía de la organización. Finanzas corporativas. Información financiera y administrativa. Liderazgo y comportamiento organizacional. Mercadotecnia estratégica.	Estrategias de Intervención en la Administración del Talento. Gestión Estratégica de los Sistemas de Recompensas y Compensaciones. Legislación Laboral. Seminario Integrador en Talento.	Administración de Riesgos. Evaluación de Proyectos de Inversión. Mercado de Dinero y Capitales. Modelos Econométricos.	Diseño Estratégico de Nuevos Productos. Estrategias de Precios. Inteligencia de Mercados. Mercadotecnia Digital.

Fuente: elaboración propia con base en información de la página web de la UVM. Disponible en <http://www.universidaduvm.mx/wp-content/uploads/2014/05/Maestria-Administracion-Negocios-MBA2.pdf>

Universidad Cristóbal Colón (UCC): Maestría en Administración de Negocios

Siendo una institución con tradición y prestigio en la ciudad de Veracruz, oferta un programa de Maestría en Administración de Negocios, el cual tiene como objetivo formar profesionales que necesiten desarrollarse en la dirección y gestión efectiva de las organizaciones, a través del conocimiento de sus diferentes áreas y un liderazgo estratégico que propicie cambios que generen los mayores beneficios.

Además, tiene como objetivos específicos: diseñar e implementar estrategias de negocios que permitan a las empresas afrontar los retos que presupone el entorno de incertidumbre que presenta el panorama socioeconómico; formular soluciones innovadoras, concretas y adecuadas al contexto y las diferentes problemáticas a las que se enfrentan en el día a día las empresas, desde una visión de negocios ética y socialmente responsable; y, generar procesos de planeación estratégica para las diferentes empresas donde se encuentren laborando desde una perspectiva integral, en donde se tomen en consideración no solamente la generación de riqueza económica, sino también el desarrollo del capital humano y social de la empresa.

UCC: plan de estudios de la Maestría en Administración de Negocios

Cuartimestre				
Primero	Segundo	Tercero	Cuarto	Quinto
Administración estratégica	Entorno legal y fiscal empresarial	Administración financiera	Gestión integral de la calidad y productividad	Ánálisis y evaluación de proyectos de inversión
Economía para la toma decisiones	Estadística aplicada	Contabilidad para la toma de decisiones	Introducción a la gestión del capital humano	Indicadores de gestión y balance score card
Responsabilidad social y ética empresarial	Métodos cuantitativos para la toma de decisiones	Habilidades gerenciales	Mercadotecnia estratégica	Seminario de investigación

Fuente: elaboración propia con base en información de la página web de la UCC. Disponible en <http://www.ucc.mx/oferta-academica/maestrias/oferta.cfm?en=administracion-de-negocios--mba-&m=1&p=1>

Análisis de la oferta a nivel internacional

En cuanto al análisis de la oferta en el plano internacional, se analizaron los programas de doce IES ubicadas en tres continentes: dos en Asia (China) y catorce en Europa Occidental (tres españolas, dos inglesas, dos holandesas, dos francesas, dos suecas, una danesa, una escocesa y una luxemburguesa). A continuación, se muestran los aspectos más destacados de estos programas y posteriormente se presenta el plan de estudios de aquellos que pudieron obtenerse desde las páginas web de dichas instituciones.

Programas similares en el ámbito internacional

Institución (País) / Programa	Modalidad/ Características	Objetivos
Universidad de Barcelona (España) Máster de gestión y creación de empresas de base tecnológica	Presencial Impartición: 87% castellano 13% inglés	Se trata de un máster de orientación profesionalizante que, mediante un conjunto de materias obligatorias y optativas, proporciona al alumnado la formación necesaria para crear y gestionar empresas innovadoras. El objetivo principal es proporcionar una serie de competencias y habilidades que permitan al alumno llevar a cabo las siguientes acciones: gestionar proyectos y procesos innovadores en cualquier tipo de organización: desarrollar nuevos productos o servicios, llevar a cabo tareas de gestión en departamentos de I+D o de innovación, trabajar en programas de dinamización de la innovación en organizaciones privadas o en la Administración pública, etc.; emprender iniciativas empresariales y proyectos nuevos y ser capaz de introducirlos en el mercado.
OBS Business School (España) Maestría en gestión empresarial	En línea Impartición: Bilingüe (castellano inglés)	La Maestría en Gestión Empresarial está pensada para que los alumnos terminen su formación con la capacidad más que necesaria para encarar los retos que presentan los avances tecnológicos, la globalización y la sociedad del conocimiento. La Maestría en Gestión de Empresas se estructura por dos tipos de contenido: asignaturas compartidas con otras especialidades, potenciando así las posibilidades de <i>networking</i> y adquiriendo una visión global de la gestión de empresa y módulos de especialización de las diversas áreas funcionales.
ESIC Business & Marketing School (España) Master in Business Management	Presencial Impartición: Español	El Master in Business Management cubre todas las áreas funcionales de la empresa. A lo largo del programa, los alumnos adquieren además las habilidades, herramientas y mentalidad necesarias para desarrollar una carrera profesional de éxito en el mundo de los negocios tanto en el ámbito nacional como internacional.
University of Stockholm (Suecia) Master Program in Business & Management	Presencial Impartición: 100% en inglés	El programa está diseñado para el proceso de dos años de aprendizaje con el centro: con base en las preferencias y habilidades del estudiante, el programa creará su confianza en el incierto y desafiante mundo de los negocios y su capacidad para integrar y conducir equipos durante las tareas. Basado en sus intereses, podrá elegir entre especializaciones en gestión, marketing y creación de negocios. Por el aprendizaje y los conceptos clave y las circunstancias en la creación y el desarrollo de la empresa, el estudiante podrá emprender nuevos proyectos.
IAE Sorbonne Business School (Francia) Master Management et Administration des Enterprises (MAE)	Presencial Impartición: 100% en francés cursos optativos en inglés	El objetivo del programa es formar profesionistas capaces de crear y dirigir empresas competitivas en el entorno internacional, con base los fundamentos de las principales disciplinas del área económico administrativa y de las técnicas de investigación documental y de campo que fortalezcan el desarrollo de los proyectos profesionales.
Fontys Hogescholen (Holanda)	Presencial Impartición: 100% en inglés	El programa dota al estudiante de la terminología, las técnicas y las habilidades requeridas para convertirse en profesionistas exitosos en el mundo de los negocios. Se le permite desarrollar una gestión de claves, estrategias y habilidades de análisis, con la oportunidad de especializarse en un tema específico del tema

Master of Science in Business & Management		para su actual o futura carrera. Por ello, los egresados trabajan alrededor del mundo en empresas privas, corporativos multinacionales o instituciones internacionales.
University of International Business and Economics (China) MBA in International Business	Presencial Impartición: 100% en inglés	Hoy en día, un alto directivo es alguien con una visión y valores amplios que puede asumir riesgos y formular cambios estratégicos en un mundo económico altamente exigente. El International MBA está dirigido a gerentes de alto potencial que esperan obtener conocimientos avanzados en administración, así como adquirir mejores prácticas comerciales en China, especialmente en Asia. Por esto, el programa le proporcionará al estudiante El MBA le proporcionará al estudiante las competencias y la confianza para aplicar nuevos conocimientos a áreas clave de negocios y administración., la capacidad de resolver problemas prácticos de gestión al convertir la teoría en práctica, una mejor comprensión de los problemas culturales de trabajar tanto en China como en el entorno internacional y desarrollar habilidades de comunicación, autogestión y administración del tiempo.
University of International Business and Economics (China) MBA in Business Management	Presencial Impartición: 100% en inglés Cursos optativos en chino	Este programa tiene como objetivo cultivar estudiantes con buen carácter moral, salud física y mental, fuerte sentido de profesionalidad y sentido de innovación. Con ello, podrán dominar la teoría básica de las disciplinas de gestión empresarial; tener una perspectiva internacional y conocimiento de las prácticas y normas internacionales, y dominio del idioma chino. Los graduados deben poseer talentos interdisciplinarios de la teoría y la práctica.
University of Amsterdam (Holanda) Master in Business Administration, Innovation & Entrepreneurship	Presencial Impartición: 100% en inglés	Durante el programa los estudiantes serán capacitados para estudiar y analizar problemas organizativos complejos y convertir ese análisis en consejos, decisiones y acciones. La Administración de Empresas adopta un enfoque multidisciplinario para comprender a las organizaciones y su contexto, y se basa en los conocimientos que se derivan de la investigación contemporánea en Administración y Negocios. Además, los estudiantes se especializan: el proceso de creación de nuevas empresas sociales o comerciales, emprendimiento corporativo y gestión de la innovación.
Copenhagen Business School (Dinamarca) Master in Organizational Innovation and Entrepreneurship	Presencial Impartición: 100% en inglés	El programa se centra en cómo diseñar y gestionar procesos de innovación y emprendimiento en todos los niveles de la sociedad y las empresas. En un entorno de aprendizaje co-creativo y basado en casos, los estudiantes descubren los aspectos teóricos y prácticos de la gestión de los procesos que conducen a la creación, implementación y crecimiento de nuevas empresas innovadoras. Con este enfoque, adquirirán las habilidades necesarias para iniciar un negocio, crear innovaciones, gestionar cambios y recursos, y liderar a otros en el proceso de convertir una nueva idea en un negocio viable.
University of Luxembourg	Presencial Impartición: 100% en inglés	El espíritu empresarial se ha convertido en una actividad cada vez más popular que se puede evidenciar en diferentes esferas de la economía y la sociedad. Más comúnmente, los comportamientos empresariales se asocian con nuevas

Master in Entrepreneurship and Innovation		<p>empresas de inicio donde el riesgo, la propiedad y la administración se combinan para explotar nuevas oportunidades tecnológicas o de mercado. El espíritu empresarial consiste en explotar ambigüedades y contingencias. Más importante aún, el espíritu empresarial consiste en experimentar una tensión entre "lo que es" en el presente y "lo que debería ser" en el futuro, y luego convertir esa tensión en un problema empresarial que puede resolver la tensión. Dicho proceso exige conceptos y conocimientos de diferentes disciplinas, y la integración de estos conceptos con el know-how y la experiencia práctica de la práctica comercial diaria.</p> <p>Por ello, el objetivo del programa es lograr esa integración, equilibrando de manera óptima la teoría y el know-how.</p>
London School of Business and Finance Global MBA & Entrepreneurship	En línea Impartición: 100% en inglés	De acuerdo con el programa, los emprendedores exitosos rara vez son aquellos que lo hacen solos. El éxito se basa en obtener el conocimiento, la experiencia y los conjuntos de habilidades correctos; cualidades que esta especialización Global MBA está diseñada para proporcionar. Por ello, en este programa de maestría, se busca formar profesionistas con la confianza y la experiencia necesarias para convertir su visión empresarial en resultados visibles.
EDHEC Business School (Francia) MSc in Entrepreneurship & Innovation	Presencial Impartición: 100% en inglés	La Maestría en Emprendimiento e Innovación se centra en construir una mentalidad empresarial audaz y valiente junto con un conjunto de habilidades que sea adecuado para un mundo cambiante. Estará equipado con las competencias profesionales y personales para crear nuevas empresas dinámicas que tengan significado para usted en un contexto económico o social. El programa lo alentará a pensar de manera diferente y trabajar para crear algo nuevo para el mundo.
University of Edinburgh Business School (Escocia) Master in Entrepreneurship & Innovation	Presencial Impartición: 100% en inglés	Este programa está diseñado para fomentar las habilidades empresariales y de innovación en los estudiantes, para que pueda tener una carrera en la gestión de la innovación en las empresas existentes y para fundar nuevas empresas.
Lund University (Suecia) Master in Entrepreneurship & Innovation	Presencial Impartición: 100% en inglés	Los individuos con habilidades empresariales son de gran importancia en una sociedad caracterizada por una creciente incertidumbre y un cambio rápido. Por ello, este programa busca desarrollar las habilidades empresariales que permitan el descubrimiento y la explotación exitosa de oportunidades en el mercado, así como la conducción de proyectos de innovación y desarrollo de negocios en las corporaciones existentes.
Imperial College Business School (Inglaterra) MSc Innovation, Entrepreneurship & Management	Presencial Impartición: 100% en inglés	En este programa el alumno aprenderá a crear, entregar y capturar valor a través de una combinación de cursos básicos de administración y conocimientos avanzados sobre innovación y espíritu empresarial. Esto, toda vez que los módulos de aplicaciones de negocios le ofrecen una valiosa experiencia aplicada y aplicaciones prácticas de los conocimientos y habilidades que ha aprendido en la industria y en situaciones empresariales.

Planes de estudios

Dado que no todos los programas mencionados anteriormente proporcionan a través de su página web la información completa del mapa curricular, a continuación, se muestran aquellos de los cuales se pueden cotejar el número de cursos y sus características.

Master in Business Management @ ESIC Business & Marketing School

Cursos	
Pensamiento estratégico y creación de valor	Sistemas de información
Economía en un mundo globalizado	Modelos y datos para la toma de decisiones
Ánálisis financiero para la toma de decisiones	Creación de nuevas empresas
Finanzas corporativas	Sociedad, negocios y sostenibilidad
Desarrollo de organizaciones eficientes y dirección de personas	Marketing estratégico
Cadenas de suministros globales	Proyecto final

Perfil del alumno: personas responsables y constantes, proactivas, abiertas al cambio y a los nuevos retos, con espíritu emprendedor y rasgos de liderazgo, que buscan ampliar sus conocimientos de gestión empresarial, reorientar su carrera y/o potenciar su desarrollo a nivel directivo, dentro de un ámbito de actuación caracterizado por la toma de decisiones en un contexto empresarial cada vez más globalizado y digitalizado.

Perfil de egreso: profesionales que no solo comprenden y dominan los conceptos empresariales fundamentales, sino que están preparados para manejar situaciones complejas de manera creativa y sistemática al incorporarse a cualquier empresa.

Personas con criterio que toman decisiones considerando valores éticos y humanos y que pueden operar en diferentes sectores en un mundo totalmente global y digitalizado.

Master Program in Business & Management @ University of Stockholm

Primer periodo	Segundo periodo
Creación y desarrollo de negocios	Innovación y renovación de ideas de negocios
Métodos de investigación para solucionar problemas en las organizaciones	Marcas y comunicación
Administración y gestión para el desarrollo de negocios	Emprendimiento y oportunidades
Identificación y selección de mercados	Liderazgo para el cambio organizacional
Control financiero para nuevos negocios	Especialización en Administración, Economía o Mercadotecnia.
	Disertación final

Master Management et Administration des Enterprises (MAE) @ IAE Sorbonne Business School

Entorno económico de la empresa	Administración de sistemas de información
Derecho empresarial	Control de gestión
Contabilidad empresarial	Comportamiento organizacional
Gestión de recursos humanos	Estrategias
Marketing	Administración de proyectos e innovación
Gestión de operaciones y cadena de suministro	Tópicos de Especialización: emprendimiento, creación y desarrollo.
Finanzas	Reporte de estancia académica

Master of Science in Business & Management @ Fontys Hogescholen (Holanda)

Fundamentos de administración y liderazgo	Operación y desarrollo de proyectos
Estrategias de mercadotecnia	Optativa de especialidad: Economía, Finanzas, recursos humanos, modelos de negocios, emprendimiento.
Contexto internacional de los negocios y del entorno financiero	Optativa de especialidad: Economía, Finanzas, recursos humanos, modelos de negocios, emprendimiento.
Conocimiento administrativo y toma de decisiones	Métodos de investigación para el desarrollo de negocios
	Disertación final

MBA in International Business @University of International Business and Economics (China)

Teoría y estrategia en los negocios internacionales	Sistemas de información y tecnología aplicada a los negocios
Ánalisis económico y su aplicación	Estrategias de negociación en empresas de carácter internacional.
Política de comercio internacional y su aplicación	Creación de empresas e innovación en los negocios.
Gestión de inversiones en el entorno internacional	Cursos optativos: Finanzas, Economía, Gestión de capital humano.
Derecho internacional	Proyecto de investigación.
Métodos de investigación para los negocios	
Política de comercio internacional y su aplicación	

MBA in Business Management @University of International Business and Economics (China)

Contabilidad financiera	Gestión de negocios internacionales
Teoría administrativa y su aplicación	Diseño de proyectos de investigación
Mercadotecnia	Administración de recursos humanos
Gestión financiera	Cursos optativos: Finanzas, Economía, Gestión de capital humano
Administración estratégica	Cursos optativos: Finanzas, Economía, Gestión de capital humano
Aplicación de las tecnologías de la información en las organizaciones	Proyecto de investigación.

Master in Organizational Innovation and Entrepreneurship @ Copenhagen Business School
(Dinamarca)

Semestre			
Primero	Segundo	Tercero	Cuarto
Contexto de la innovación y el emprendimiento	Gestión estratégica e innovación	El arte de innovar	Innovación social y emprendimiento
Conceptos y modelos de negocios	Proceso emprendedor	Crecimiento organizacional	Relevancia de las ciencias sociales
Cursos electivos			
Seminario de tesis			

Master in Business Administration, Innovation & Entrepreneurship @ University of Amsterdam
(Holanda)

Semestre			
Primero	Segundo	Tercero	Cuarto
Teoría del emprendimiento y la innovación	Seminario de negocios y habilidades profesionales I	Taller de búsqueda de información en bases de datos	Seminario de negocios y habilidades profesionales II
Teoría de los negocios digitales	Gestión de la innovación	Taller de investigación en los medios y redes sociales	Estrategia de negocios y sustentabilidad
Teoría del emprendimiento y de la administración en industrias creativas	Emprendimiento internacional	Métodos de investigación cualitativa y cuantitativa	Estrategias de marketing digital
Teoría del liderazgo	Propuesta de tesis	Finanzas empresariales	Trabajo de tesis

Master in Entrepreneurship and Innovation @ University of Luxembourg

Primer año		Segundo año	
Modelos de emprendimiento, gestión y planeación I	Modelos de emprendimiento, gestión y planeación II	Emprendimiento de género	Liderazgo emprendedor
Cultura y comportamiento emprendedor	Emprendimiento interno y externo	Emprendimiento social	Simulación de negocios
Teoría de juegos y emprendimiento	Marco fiscal para el emprendimiento	Emprendimiento internacional	Métodos de investigación
Marketing para start ups	El arte de la negociación	Clusters y parques científicos para el emprendimiento	Proyecto emprendedor o de investigación (tesis)
Desarrollo de nuevos productos	Marcas e identidad corporativa	Sistemas de innovación	
Patentes y propiedad intelectual	Procesos de importación y exportación para el emprendedor	Consultoría para el emprendimiento	
Introducción a la innovación	Investigación de mercados	El proceso de la idea de negocio: creación, maduración y retiro	
Administración financiera para emprendedores	Gestión de la innovación	Administración de negocios familiares	

Global MBA & Entrepreneurship @ London School of Business and Finance (Inglaterra)

Etapa		
I.- Cursos obligatorios	II.- Cursos electivos/de Especialización	III.- Desarrollo de proyectos
Marketing y entorno de negocios	Administración de proyectos emprendedores	Proyecto integrador de investigación
Contabilidad y administración financiera	Innovación y desarrollo de productos	
Gestión de sistemas y operaciones		
Gestión estratégica y liderazgo		

Master in Entrepreneurship & Innovation @ EDHEC Business School Lille Campus (Francia)

Cursos obligatorios		
Creatividad y desarrollo de ideas de negocios	Marketing digital y análisis de datos	Diseño de modelos de negocios
Empoderamiento del emprendedor	Coaching	Estrategias de ingreso al mercado
Diseño de una start up	Desarrollo de un plan de negocios	Administración de operaciones
Gestión de la innovación e intraemprendimiento	Ánalisis socioeconómico	Emprendimiento social
Aspectos legales y fiscales del emprendimiento	Modelos de financiamiento para start ups	Negocios familiares

Master in Entrepreneurship & Innovation @ University of Edinburgh Business School (Escocia)

Cursos obligatorios	Cursos optativos
Finanzas para emprendedores	Administración de proyectos emprendedores
Contexto socioeconómico para el emprendimiento	Expansión de proyectos con nuevas ideas de negocios
Introducción a la contabilidad para el emprendimiento	Emprendimiento social y sustentable
Gestión de la innovación	Organización para el cambio social: estrategias, gobierno e innovación
Perspectivas de la innovación y del emprendimiento	Tecnología para la comercialización del emprendimiento
Disertación final	

Master in Entrepreneurship & Innovation @ Lund University (Suecia)

Línea 1: Emprendimiento corporativo	Línea 2: Emprendimiento de nuevos proyectos
Emprendimiento corporativo	El proceso emprendedor y el descubrimiento de nuevas oportunidades
Organización de la innovación y del emprendimiento	Marketing para el emprendimiento
Gestión del emprendimiento abierto	Gestión financiera
Métodos de investigación y proyectos emprendedores	Liderazgo
Estancia corporativa	Diseño de proyectos
Disertación	Disertación

Cursos preliminares (en línea)	Cursos obligatorios	
	Administración	Emprendimiento
Búsqueda y análisis de datos	Contabilidad y análisis corporativo	Modelos de negocios y propiedad intelectual
Matemáticas administrativas	Economía para los negocios	Diseño de ideas para la innovación
Fundamentos de finanzas	Mercadotecnia para nuevos proyectos	Emprendimiento
Ética y plagio	Comportamiento organizacional y recursos humanos	Tecnologías de la información para emprendedores
	Gestión de proyectos	Gestión y modelos de financiamiento
	Administración estratégica	

Resumen de la oferta educativa

Nacional		Local		Internacional	
Negocios	Innovación y emprendimiento	Negocios	Innovación y emprendimiento	Negocios	Innovación y emprendimiento
4	3	4	No se ofertan	9	9
Subtotal: 7		Subtotal: 4		Subtotal: 18	
Total de programas revisados: 29 Administración/Gestión de Negocios: 17; Innovación y Emprendimiento: 12					

1.4 Marco legal del programa de posgrado

Con base en la Legislación y estructura de nuestra Casa de Estudios, la Maestría en Innovación y Emprendimiento de Negocios depende, en primer lugar, de la Universidad Veracruzana y, posteriormente con base en su nivel jerárquico, de la Secretaría Académica y de la Dirección General de la Unidad de Estudios de Posgrado (DGUEP).

Por otra parte, este posgrado se rige por el Reglamento General de Estudios de Posgrado de la Universidad Veracruzana; asimismo, la Maestría en Innovación y Emprendimiento de Negocios se administra a partir de las siguientes instancias:

- El Consejo Universitario General.
- Las Comisiones Académicas por Área.
- El Secretario Académico.
- Los Directores Generales de Área Académica.
- La Junta Académica.
- El Director de la Entidad Académica.
- El Consejo Técnico u Órgano Equivalente.
- El Secretario de la Entidad Académica.

- Coordinador del Programa de Posgrado.

Además, está sujeto a las siguientes normativas de la Universidad Veracruzana:

- X. Estatuto General.
- XI. Estatuto de los Alumnos.
- XII. Estatuto del Personal Académico.
- XIII. Reglamento General de Estudios de Posgrado.

2. Fundamentación académica.

2.1 Antecedentes del programa educativo

Las dos grandes áreas de estudio de la Maestría en Innovación y Emprendimiento de Negocios se sustentan a partir de las siguientes premisas:

De acuerdo con Carpio (2017), nuestra sociedad se encuentra en la Cuarta Revolución Industrial, la cual está cambiando por completo la forma en que vivimos, trabajamos e interactuamos. Por ello, los avances exponenciales en tecnologías están alterando las normas y estructuras económicas y sociales, y los tomadores de decisiones se apresuran a responder a los principales desafíos o, en el peor de los casos, no actúan. Para garantizar que la Cuarta Revolución Industrial conduzca al progreso de toda la humanidad, necesitamos una nueva generación de emprendedores para enfrentar el desafío.

En este contexto y tal como lo menciona el Foro Económico Mundial (s.f.), los emprendedores son motores clave del progreso económico y social. Por ello, las empresas emprendedoras de rápido crecimiento a menudo se consideran fuentes importantes de innovación, crecimiento de la productividad y empleo (se estima que las micro, pequeñas y medianas empresas representan el 97% de todos los empleos en las economías emergentes). Por lo tanto, muchos gobiernos están tratando de promover activamente el espíritu empresarial a través de diversas formas de apoyo.

Otro elemento clave es la innovación ya que, de acuerdo con Ambos et al (2018), ésta debe de ocurrir dentro y entre las organizaciones para que éstas logren transformarse y ser más relevantes. Y el desafío es claro: una comprensión profunda de las necesidades de los individuos junto con la tecnología digital tiene el potencial de abordar los grandes desafíos del mundo, pero también conlleva amenazas para las organizaciones y para los miembros más vulnerables de la sociedad. Es decir, la innovación debe de ser desarrollada y gestionada de forma responsable por las organizaciones, de tal forma que ésta produzca beneficios internos y externos. Sólo así se podrán impulsar tanto el crecimiento económico como el bienestar social.

Por otra parte, la situación del mercado laboral, marcada por una lenta recuperación en las tasas de empleo, demanda la búsqueda de oportunidades de autoempleo. Respecto a esto, un estudio desarrollado por la OCDE, CEPAL y CAF (2016) destaca que la falta de buenas oportunidades de empleo es uno de los factores más importantes que impiden la inclusión de los jóvenes en la sociedad. Los trabajos que los jóvenes tienen en América Latina son, en general, menos productivos, más inseguros y de menor salario que los de los jóvenes en los países de la OCDE. Asimismo, se enfatiza la necesidad de impulsar programas que promuevan la capacitación entre los emprendedores, de tal forma que puedan adquirir las competencias necesarias para desarrollar empresas de alto crecimiento.

Fundamentos de la enseñanza

Con el fin de proveer a este programa de un sólido fundamento académico, se tomaron como referencias las necesidades de estudiantes y egresados del área económico administrativas, así como de empleadores del sector privado. Además, se consideraron las principales tendencias a nivel internacional en relación con la situación del mercado laboral y las prácticas organizacionales a favor de una dinamización de la producción y mayor competitividad. De esta manera, los contenidos de este posgrado se alinean con las acciones que caracterizan a las universidades que incentivan la innovación pues, tal como lo establece Jahanian (2018), a medida que la competitividad global se intensifica, las universidades han adoptado al emprendimiento como uno de sus ejes estratégicos, impulsando una cultura donde el pensamiento innovador es un elemento clave.

Por esto, el emprendimiento y la innovación son parte del perfil de los profesionistas de este siglo, donde la flexibilidad laboral y los nuevos esquemas organizacionales son cada vez más frecuentes (Januta 2018). Asimismo, el papel de los profesionistas autónomos es cada vez mayor en economías industrializadas y mercados emergentes, por lo cual se requieren competencias que apuntalen estas temáticas.

Con base en lo anterior, se diseñó un plan de estudios orientado a proveer un marco teórico especializado en innovación y emprendimiento, a partir del cual se desarrolle competencias que coadyuven a la creación de propuestas de valor en las organizaciones, favoreciendo la inserción laboral de los profesionistas o mejorando sus capacidades en su ámbito de desempeño. De esta manera, las dos líneas de generación y aplicación del conocimiento (LGAC) que sirven de soporte para el quehacer académico del programa pueden buscar incentivar entre los docentes el estudio de temáticas relevantes para las empresas u organismos del siglo XXI, lo cual se traduzca en proyectos aplicados en organizaciones de cualquier índole.

De esta manera, los programas de estudio se alinean con las bases filosóficas de la Maestría en Innovación y Emprendimiento de Negocios, las cuales se plasman en su misión y visión. Estas se muestran a continuación.

Misión

La Maestría en Innovación y Emprendimiento de Negocios es un programa comprometido a la formación de profesionistas capaces de diseñar estrategias innovadoras y desarrollar proyectos emprendedores, respondiendo así a las necesidades emergentes de las organizaciones y a las demandas sociales del entorno.

Visión

Ser un programa de calidad reconocido internacionalmente por su liderazgo en las temáticas de innovación y emprendimiento con base en el trabajo desarrollado por sus

profesores y estudiantes en colaboración con los distintos sectores productivos, incidiendo favorablemente en su competitividad y en el bienestar social.

3. Objetivos curriculares

3.1 General

Formar maestros capaces de diseñar proyectos emprendedores e implementar estrategias innovadoras en las organizaciones, a partir de la aplicación de modelos de negocios generadores de valor, apoyados en las tecnologías de la información que contribuyen al crecimiento económico, al desarrollo sustentable y al bienestar social.

3.2 Específicos

- Identificar necesidades de las organizaciones y oportunidades del mercado para emprender proyectos de negocios, bajo el enfoque de la sustentabilidad y la responsabilidad social.
- Generar estrategias innovadoras al interior de las organizaciones que permitan incrementar su competitividad en el mercado.
- Promover la vinculación de los estudiantes y profesores con las organizaciones del sector público y privado con el fin de incidir en el diseño de proyectos que contribuyan a la generación de empleos y al impulso de la economía local.
- Divulgar el trabajo generado por los profesores y estudiantes del programa en foros nacionales e internacionales, de tal forma que sirvan como insumos para la generación de redes de colaboración entre pares académicos, profesionales y especialistas en innovación y emprendimiento.

3.3 Metas

- Lograr un índice de eficiencia terminal de al menos el 80% por cohorte generacional.
- El 50% de los estudiantes por cohorte generacional, como mínimo, participan como ponentes en eventos académicos nacionales o internacionales.

- Obtener una tasa mínima del 50% en estudiantes que realizan una estancia organizacional por cohorte generacional.
- Contar con al menos un convenio con organizaciones nacionales o internacionales por cohorte generacional para que los estudiantes desarrollen su proyecto integrador o estancias organizacionales.
- Publicar de forma anual en revistas especializadas del área por lo menos un producto derivado de la colaboración entre alumnos y profesores del programa.
- Organizar al menos un foro o seminario académico por cohorte generacional en la cual participen expertos del sector público o privado.

4. Recursos humanos, materiales y de infraestructura académica.

4.1 Personal académico

El grupo de profesores que integra el Núcleo Académico Básico (NAB) de la Maestría en Innovación y Emprendimiento de Negocios está conformado por nueve profesores de tiempo completo (PTC), de los cuales seis poseen el nivel de doctorado; además, el 88.8% del total cuenta con el reconocimiento del perfil PRODEP y uno de ellos es integrante del Sistema Nacional de Investigadores (SNI) Nivel 1 (Ver Anexo).

Es importante destacar que los perfiles de los integrantes del NAB permiten abarcar las principales disciplinas asociadas a la innovación y el emprendimiento de negocios: Administración, Contaduría, Sistemas Computacionales, Métodos Cuantitativos, Estadística, Economía, Finanzas, Recursos Humanos, Emprendimiento, entre otras. También, es importante destacar que se contará con la colaboración de especialistas con experiencia académica y profesional para impartir aquellos cursos que requieran perfiles o saberes específicos con el fin de garantizar la calidad del posgrado y contribuir así al logro de los objetivos y de las metas antes descritas.

Personal administrativo

Con el fin de desarrollar las tareas administrativas del posgrado de forma eficiente, se cuenta con un Coordinador de Posgrado y dos colaboradores enfocados en las actividades académicas y financieras, respectivamente. Además, se cuenta con el

apoyo del personal perteneciente al Sindicato Estatal de Trabajadores al Servicio de la Universidad Veracruzana (SETSU) y de los trabajadores de confianza, en los turnos matutino y vespertino.

Infraestructura y equipo

Espacios y equipamiento para la docencia

El posgrado con sede en Veracruz se oferta en la facultad de Administración, campus Veracruz. Su ubicación cercana a la estación de autobuses de la ciudad, al aeropuerto y a las principales arterias viales le confieren un rápido acceso a los estudiantes y profesores adscritos al programa.

La infraestructura de la Facultad se distribuye en tres edificios (denominados A, B y C) de tres plantas cada uno y un estacionamiento para profesores y alumnos; en ellos se cuenta con salones, cubículos para profesores y espacios para el desarrollo de actividades académicas; además, en el Edificio A se ubican las oficinas administrativas, la Dirección y las jefaturas de Carrera.

En cuanto a la Coordinación de Posgrado, esta se ubica en el Edificio C. Es importante mencionar que en todos los edificios está disponible el acceso a la red inalámbrica de la Universidad Veracruzana y es posible conectar los equipos de cómputo o los dispositivos móviles a fuentes de energía eléctrica. Además, se continúa con la construcción de un cuarto piso en el Edificio C, el más cercano al estacionamiento, con el fin de contar con una mayor cantidad de espacios para la oferta educativa.

Respecto a los espacios para el trabajo de los docentes, los profesores de tiempo completo cuentan con cubículos de trabajo equipados con aire acondicionado, computadora con acceso a internet de punto fijo y red inalámbrica. En éstos, los profesores pueden desarrollar trabajos de investigación y brindar asesoría a los estudiantes del programa

En cuanto a los profesores de tiempo parcial y por asignatura, estos pueden utilizar las instalaciones de la sala de maestros, la cual cuenta con aire acondicionado, ocho

computadoras con acceso a internet, red inalámbrica y mesas de trabajo. En este espacio es posible preparar el material de clase, desarrollar trabajos de investigación y brindar asesoría a los estudiantes del programa.

En relación con los espacios para el desarrollo de los cursos de la Maestría en Innovación y Emprendimiento de Negocios, la Facultad cuenta con tres aulas exclusivas para este programa, una por edificio, las cuales se describen a continuación:

- Sala E: ubicada en el tercer piso del edificio A, esta sala puede albergar hasta 40 estudiantes en mesas de trabajo individual; cuenta con aire acondicionado, computadora, proyector, pizarrón y acceso a Internet de punto fijo e inalámbrico.
- Sala D: ubicada en el primer piso del edificio C, ésta cuenta con capacidad para 25 estudiantes en mesas de trabajo individual; cuenta con aire acondicionado, computadora, proyector, pizarrón y acceso a Internet de punto fijo e inalámbrico.
- Sala A: ubicada en el primer piso del edificio C, ésta cuenta con la mayor capacidad ya que puede albergar hasta 48 estudiantes en mesas de trabajo individual; cuenta con dos aires acondicionados, computadora, proyector, pizarrón y acceso a Internet de punto fijo e inalámbrico.

Laboratorios y equipo

La Facultad de Administración posee un Laboratorio de Alimentos y bebidas, el cual está destinado para las prácticas de los estudiantes. Además, la Facultad cuenta con un auditorio con capacidad para doscientos asistentes, equipo de videoconferencias, acceso a internet, dos televisores de apoyo para el público, proyector, equipo de sonido y tres aires acondicionados. Este espacio es importante ya que permite llevar a cabo conferencias, talleres o actividades similares de forma presencial o a distancia, las cuales complementan la formación de los estudiantes sin la necesidad de que éstos se desplacen hacia otras Facultades o puntos universitarios, logrando una gestión del tiempo más eficiente durante el periodo escolar; asimismo, el personal de la Coordinación y los Directivos de la Facultad lo ocupan para llevar a cabo sesiones

informativas plenarias las cuales tienen lugar durante el proceso de admisión al posgrado, a lo largo del programa y la ceremonia de clausura.

Además, la Facultad cuenta con dos aulas de cómputo, cada una con capacidad para treinta estudiantes, con acceso a internet, paquetería Office, proyector y equipo de audio; estas aulas son de gran utilidad ya que, en caso de no poder hacer uso del auditorio, en estas aulas pueden llevarse a cabo sesiones a distancia cuando éstas provienen de un proveedor externo; además, los estudiantes pueden ocupar estos espacios para desarrollar sus trabajos u otras actividades asociadas al posgrado. Vale la pena destacar que la Universidad Veracruzana durante los últimos años ha realizado gestiones importantes para lograr que todos los usuarios de la comunidad universitaria puedan contar con espacio adicional en la nube, así como la posibilidad de descargar la paquetería Office de forma gratuita y otras aplicaciones desarrolladas por Microsoft, contando con las licencias correspondientes para ello. Esto estimula la productividad de los profesores y alumnos adscritos a la Especialización, ya que los dota de una mayor cantidad de herramientas para impulsar sus actividades.

Bibliotecas y servicios

Respecto a los servicios bibliotecarios y acceso a bases de datos electrónicas, la Facultad cuenta con una Biblioteca con capacidad para cien estudiantes, los cuales pueden hacer uso de mesas de trabajo en equipo, individual, una sala de lectura y equipo de cómputo. Los recursos de esta unidad se encuentran referenciados en el catálogo en línea de la Universidad Veracruzana, al cual pueden acceder desde los equipos disponibles en la biblioteca o a través de cualquier dispositivo con acceso a internet.

En esta biblioteca se cuenta con material bibliográfico especializado del área económico-administrativa y disciplinas afines. Además, el acceso a la red inalámbrica permite utilizar las bases de datos electrónicas a las cuales está suscrita la Universidad Veracruzana, lo cual amplía la gama de recursos para los profesores y estudiantes de la Especialización. Asimismo, la Facultad cuenta con dos cubículos exclusivos para los

profesores y alumnos de posgrado, equipados con aire acondicionado, televisión de pantalla plana, computadora con acceso a internet de punto fijo y red inalámbrica. Estos espacios permiten el desarrollo de asesorías y reuniones de trabajo en equipo.

Tecnologías de información y comunicación

La Facultad de Administración cuenta con acceso a internet inalámbrico en cada uno de sus espacios, lo cual facilita el proceso de enseñanza-aprendizaje y agiliza la consulta de información en línea. Además, cuenta con equipo de cómputo para atender hasta sesenta estudiantes de forma simultánea.

5. Perfil y requisitos de ingreso.

El aspirante a la Maestría en Innovación y Emprendimiento de Negocios deberá ser un profesional que cuente con:

Conocimientos

- Economía y Finanzas
- Administración estratégica
- Estadística.
- Álgebra elemental.
- Mercadotecnia
- Gestión de proyectos
- Inglés intermedio
- (EXAVER 2)

Habilidades

- Creatividad para generar ideas innovadoras.
- Capacidad analítica para elaborar informes.
- Comunicación verbal asertiva.
- Razonamiento lógico- matemático para la solución de problemas.
- Uso de las tecnologías de la información y la comunicación.

Actitudes y valores

- Disposición para el trabajo colaborativo presencial y en línea.
- Proactividad para el desarrollo de proyectos.
- Iniciativa para la mejora continua.
- Apertura a nuevos paradigmas para la creación de negocios.
- Objetividad para la toma de decisiones.
- Compromiso con las actividades académicas del programa.
- Ética en el cumplimiento de las responsabilidades adquiridas.
- Respeto por el derecho de los demás y al entorno.
- Tolerancia a la diversidad.

5.1 Requisitos de ingreso.

Académicos

- Aprobar el Examen General de Ingreso a la Universidad Veracruzana EXANI III aplicado por el Centro Nacional para la Evaluación de la Educación Superior (CENEVAL).
- Acudir a una entrevista personal con el Comité de Admisión, integrado por los miembros del NAB.
- Presentar una propuesta del anteproyecto a desarrollar durante el posgrado, con base en los lineamientos proporcionados por la Coordinación de Posgrado.
- Acreditación de conocimientos del idioma inglés (EXAVER 1 o su equivalente).

Documentación académica

- Certificado completo de estudios de licenciatura.
- Título de licenciatura preferentemente del área económico-administrativa; no obstante, podrán ingresar aspirantes de otras áreas académicas siempre y cuando su anteproyecto se vincule directamente con las LGAC

Requisitos de experiencia profesional

- Preferentemente deberá contar con un mínimo de dos años de experiencia profesional.
- Presentar dos cartas de recomendación académica de profesores/investigadores con los que haya estudiado y/o colaborado.

Es importante destacar que el aspirante también deberá cumplir con todas las disposiciones señaladas en la Convocatoria de Ingreso para estudiantes nacionales y extranjeros.

5.2 Procedimiento (administrativo) de admisión y selección de aspirantes.

Para ser aceptados en la Maestría en Innovación y Emprendimiento de Negocios, los aspirantes deberán:

- Realizar el registro para el programa dentro del portal de aspirantes.
- Pagar la cuota establecida para tener derecho a presentar el Examen de ingreso EXANI III.
- Copia del Título de nivel Licenciatura, su equivalente o una constancia que de fe de que está en trámite.
- Copia de la Cédula profesional de Licenciatura o constancia de que está en trámite.
- Copia del Certificado de Estudios con promedio de calificaciones o constancia del promedio si no está indicado en el Certificado.
- 1 fotografía a color tamaño infantil.
- Realizar una evaluación especial, la cual consiste en una entrevista ante el Comité de Admisión integrado por miembros del NAB en el cual el aspirante deberá entregar y presentar su síntesis curricular y el anteproyecto a desarrollar durante el posgrado. Asimismo, deberá entregar una carta de exposición de motivos dirigida al Coordinador del Programa y cualquier otro documento o evidencia que se especifique en la Convocatoria de Ingreso o en la página web del programa. Durante esta entrevista, el Comité de

Selección evaluará los documentos probatorios de la síntesis curricular, la carta de exposición de motivos y durante la entrevista evaluarán los conocimientos del aspirante con relación al plan de estudios, así como darán cuenta de su actitud, compromiso y disponibilidad de tiempo para cursar el programa.

La calificación mínima obtenida para ser aceptado será de 70, la cual se compone de la siguiente forma:

Criterios	Porcentaje
EXANI III	20%
Entrevista	50%
Carta de exposición de motivos	10%
Anteproyecto	20%
Total	100%

5.3 Requisitos de inscripción Administrativo.

Se deberá de atender lo señalado en el Reglamento de Estudios de Posgrado y en el Estatuto de los alumnos vigentes. Asimismo, la Coordinación del Programa de Estudio estableció como requisito la firma de una carta compromiso, donde el estudiante expresa su conocimiento acerca de la obligatoriedad de las siguientes actividades:

- Asistir a las sesiones de tutoría y entregar en la Coordinación las evidencias correspondientes.
- Entregar un reporte del avance del proyecto al final de cada semestre, el cual debe de estar avalado por su director.
- Cumplir con todos los pagos arancelarios y cuotas de recuperación establecidas en tiempo y forma.
- Participar en los eventos académicos que la Coordinación señale, dentro y fuera de la Institución.
- Publicar al menos un producto académico derivado de su proyecto.

Para la inscripción en semestres posteriores, los estudiantes deberán presentar el día de su inscripción los siguientes documentos:

- Formatos de tutoría.

- Avance del proyecto avalado por su Director.
- Evaluación Docente
- Formato de Inscripción

6. Perfil y requisitos de permanencia, egreso y titulación

Perfil de egreso

Conocimientos

El egresado de la Maestría en Innovación y Emprendimiento de Negocios tendrá conocimientos especializados que le permitirá impulsar estrategias innovadoras organizacionales y diseñar proyectos emprendedores capaces de impulsar la competitividad empresarial y el dinamismo económico y social.

Habilidades

El egresado será capaz de:

- Diseñar proyectos emprendedores.
- Promover procesos de innovación organizacional para el cambio estratégico;
- Aplicar de forma óptima las herramientas tecnológicas en los negocios.
- Trabajar eficientemente de forma colaborativa en actividades presenciales y en línea.
- Analizar tanto indicadores socioeconómicos como reportes para aplicar técnicas de análisis estadístico para tomar decisiones estratégicas.
- Detectar las principales tendencias en los mercados con el fin de seleccionar el modelo de negocios idóneo para la organización.
- Encauzar el potencial del talento humano para promover el intraemprendimiento.

Actitudes y valores

El egresado mostrará:

- Actitud proactiva para la promoción de la innovación y la cultura emprendedora.
- Iniciativa para buscar la mejora continua.
- Fomento al respeto por la diversidad cultural y la sostenibilidad en los negocios, lo cual se traduce en un elevado compromiso social.

- Compromiso con el entorno y el bienestar social.
- Responsabilidad social.
- Respeto por la legalidad.

Requisitos de permanencia

- No cometer alguna de las faltas señaladas en el Estatuto de los Alumnos vigente.
- Acreditar las experiencias educativas con una calificación mínima de 70, obteniendo el total de créditos del período escolar inmediato anterior.
- Presentar al Coordinador de Posgrado al final de cada semestre un reporte de avance del proyecto, en cualquiera de sus modalidades, avalado por su Director.
- Cumplir con los pagos arancelarios y cuotas de recuperación que se establezcan.

Requisitos de egreso (administrativo)

Para que el estudiante pueda egresar de Maestría en Innovación y Emprendimiento de Negocios, deberá de cumplir con los siguientes requerimientos:

- Cursar y aprobar la totalidad de los 115 créditos del plan de estudios en cuatro semestres.
- Haber cumplido con al menos dos actividades académicas y presentar las evidencias correspondientes a la Coordinación.
- Obtener el voto aprobatorio por parte del Director de su proyecto, en cualquiera de sus modalidades, así como del Comité Revisor correspondiente.
- Defender su proyecto ante el jurado a puerta abierta.

Requisitos de titulación (administrativo)

De acuerdo con el Estatuto de los Alumnos vigente, para iniciar los trámites para la defensa del proyecto, el estudiante deberá entregar en la Coordinación:

- Evaluación Docente
- El voto de aprobación del Director.
- Constancia de No Adeudos de la Biblioteca.
- Encuesta de Egresados Firmada.
- Entrega del proyecto de manera electrónica en 4 ejemplares, de acuerdo con los requisitos que se especifiquen.

- Cardex Completo.
- Pago del arancel por concepto de Certificado de Estudios.
- 2 fotografías tamaño credencial ovaladas en blanco y negro (fondo blanco, saco oscuro, blusa/camisa blanca lisa y hombres con corbata).
- 2 fotografías tamaño diploma ovaladas con las mismas características que las anteriores.
- Copia legible de CURP (ampliación a tamaño carta).

Procedimiento para la titulación (administrativo)

Para la obtención del grado, el alumno deberá desarrollar un trabajo de tesis, el cual dará cuenta de algunos de los tres tipos de proyecto:

A.- Proyecto de intervención. Consiste en un trabajo de intervención que se realiza en colaboración con una organización de cualquier ámbito, el cual le permite desarrollar e implementar una estrategia de innovación integral o en algún área específica. Dicho documento presenta de forma general la siguiente estructura:

- Portada
- Índice
- Resumen Ejecutivo
- Descripción de la empresa
- Estado actual
- Delimitación de la problemática o del área de oportunidad para la innovación
- Metodología
- Revisión de literatura
- Desarrollo de la propuesta
- Resultados
- Conclusiones
- Fuentes de información
- Anexos

B.- Proyecto emprendedor. Esta modalidad se enfoca en el desarrollo de una propuesta para la puesta en marcha de un proyecto emprendedor o, en caso de haber logrado su inicio, la descripción de los resultados obtenidos a partir de su operación. La estructura general que presenta es la siguiente:

- Portada
- Índice
- Resumen
- Capítulo I: Introducción
- Capítulo II: Revisión de la Literatura
- Capítulo III: Metodología
- Capítulo IV: Resultados
- Conclusiones
- Fuentes de información
- Anexos

C.- Proyecto de investigación. Parte de la selección de un fenómeno o problemática directamente relacionada con alguna de las dos grandes áreas temáticas del programa: innovación y emprendimiento. Posteriormente, el alumno plantea la pregunta de investigación, las hipótesis que conducirán su estudio y una serie de objetivos que darán cuenta del trabajo de corte teórico o empírico a desarrollar, con el fin de contribuir a la generación del conocimiento. Dicho proyecto deberá contar con las siguientes características:

- Portada
- Índice
- Resumen
- Introducción
- Capítulo I: Introducción
- Capítulo II: Revisión de la Literatura
- Capítulo III: Metodología
- Capítulo IV: Resultados

- Conclusiones
- Fuentes de información
- Anexos

Para iniciar los trámites de la defensa del proyecto, el alumno deberá entregar en la Coordinación el voto aprobatorio de su Director y cubrir con los requisitos administrativos de titulación. Una vez cubiertos se le asignarán la fecha y hora de presentación para la defensa y, en caso de obtener un resultado aprobatorio, se procede a firmar el acta de examen profesional.

7. Perfil Académico.

Los docentes del programa se caracterizan por poseer perfiles diversos dentro del área económico-administrativa, lo cual coadyuva al estudio integral de las temáticas clave del programa; por ello, los profesores de la Maestría en Innovación y Emprendimiento de Negocios deberán:

- Contar con el nivel de Maestría o Doctorado en alguna disciplina del área-económico administrativa, la cual sea congruente con la asignatura correspondiente.
- Comprobar su experiencia profesional, docente o de investigación en las áreas de innovación, emprendimiento o afines, la cual se podrá comprobar con las constancias correspondientes otorgadas por la organización en la cual labora actualmente o en la que se desempeñó, los productos de investigación, publicaciones o distinciones directamente relacionadas con las temáticas del posgrado.
- Presentar una carta en la cual exprese su compromiso para participar en las sesiones de tutoría, asesorías y otras actividades vinculadas al posgrado.
- En caso de participar como Directores de proyecto o Miembros del Comité Evaluador, deberá de poseer producción académica en alguna de las LGAC o relacionada con la temática abordada en dicho proyecto.

8. Diseño Curricular Estructura, Mapa Curricular.

La Maestría en Innovación y Emprendimiento de Negocios (MIEN) es un programa educativo con una duración de cuatro semestres y diseñado con un enfoque de flexibilidad disciplinar a partir del primer semestre. El plan de estudios se integra por 115 créditos con énfasis en aspectos prácticos y con un enfoque modular que abarca 345 horas teóricas y 885 prácticas. El programa se sustenta en seis ejes temáticos: área de formación básica disciplinar, disciplinar, desarrollo profesional, optativa, terminal y actividades complementarias.

En cuanto al área de formación básica disciplinar, esta se realiza en los dos primeros semestres y se integra de cuatro áreas de conocimiento: economía, emprendimiento, innovación y estadística. Estos cursos proporcionan al estudiante las bases para el análisis de los mercados y las tendencias en la gestión del emprendimiento y la innovación, desde el ámbito de los negocios. Respecto a la metodología de enseñanza se plantea mediante la interacción alumno-profesor, en la cual el docente facilita el conocimiento y contribuye al desarrollo de las competencias, mientras que el estudiante se involucra en su proceso de formación, el cual combinará el uso de plataformas virtuales, aplicaciones digitales y sesiones presenciales.

Con base en lo anterior, el área disciplinar que se oferta a los estudiantes se conforma a partir de las dos LGAC con que cuenta el PE: Modelos y estrategias de negocios para la innovación organizacional y estudios de desarrollo del emprendimiento.

En lo que se refiere a la eficiencia terminal de este posgrado, los cursos de diseño y consolidación de proyectos, programados en el segundo y cuarto semestre, están enfocados en desarrollar el trabajo recepcional del estudiante, de tal forma que pueda obtener su grado al cumplir con todos los requisitos académicos y administrativos. Asimismo, los cursos del área de desarrollo profesional ofertados en idioma inglés contribuyen a la internacionalización del posgrado y, las actividades académicas inciden en la divulgación del conocimiento y en la interacción del alumnado con organizaciones

públicas y privadas, impulsando la vinculación y el surgimiento de redes de colaboración.

Mapa Curricular del plan de estudios

A continuación, se muestra el mapa curricular de la Maestría en Innovación y Emprendimiento de Negocios:

Nombre de la EE	Créditos	Horas			
		Horas teoría con profesor	Horas teoría sin profesor	Horas práctica con profesor	Horas práctica sin profesor
Área de formación básica disciplinar					
Análisis del entorno socioeconómico	7	30	15	15	0
Cultura emprendedora y modelos de negocios	7	30	15	15	0
Gestión de la innovación tecnológica en los negocios	6	30	0	15	15
Herramientas estadísticas y análisis de datos para la toma de decisiones	6	30	0	15	15
Área de estudio disciplinar					
Gestión y protección de la innovación en los negocios	7	15	15	30	15
Gestión del talento humano e intraemprendimiento	7	15	15	30	15
Finanzas y dinámica empresarial	6	15	0	30	30
Administración estratégica de proyectos emprendedores	6	15	0	30	30
Social media y mercadotecnia digital	6	15	0	30	30
Área de desarrollo profesional					
Optativa I	5	15	0	30	15
Optativa II	5	15	0	30	15
Optativa III	6	15	0	30	30
Optativa IV	7	15	0	30	45
Área de formación terminal					
Taller de diseño de proyectos	10	30	0	15	75
Taller de consolidación de proyectos	14	0	0	75	135
Actividades Académicas					
En este apartado se colocará el nombre de la actividad académica					Créditos
Actividad Académica I					4
Actividad Académica II					6
Total en cursos 17	Total en créditos 115		Total en horas teóricas 345		Total en horas prácticas 885

FORMATO DE HORIZONTALIDAD Y VERTICALIDAD DEL PROGRAMA EDUCATIVO

Área/ Semestre	Primero	Segundo	Tercero	Cuarto
Área 1 Formación básica disciplinar	Análisis del entorno socioeconómico (7) Cultura emprendedora y modelos de negocios (7) Gestión de la innovación tecnológica en los negocios (6)	Herramientas estadísticas y análisis de datos para la toma de decisiones (6)		
Área 2 Estudio disciplinar		Gestión del talento humano e intraemprendimiento (7)	Gestión y protección de la innovación en los negocios (7) Social media y mercadotecnia digital (6) Finanzas y dinámica empresarial (6)	Administración estratégica de proyectos emprendedores (6)
Área 3 Desarrollo profesional	Optativa I (5)	Optativa II (5)	Optativa III (6)	Optativa IV (7)
Área 4 Formación terminal		Taller de diseño de proyectos (10)		Taller de consolidación de proyectos (14)
Total de cursos	4	4	4	3
Total de créditos de los cursos	25	28	25	27
Actividades académicas			Actividad Académica I	Actividad Académica II
Total de Acts. Académicas			1	1
Total de créditos de las Acts. Académicas			4	6
Créditos totales: 115				

EE OPTATIVAS			
Optativa I (5 créditos)	Optativa II (5 créditos)	Optativa III (6 créditos)	Optativa IV (7 créditos)
Introducción al emprendimiento social (5 créditos)	Emprendimiento y comercio exterior (5 créditos)	Innovación, crecimiento económico y desarrollo social (6 créditos)	Estrategias financieras para la evaluación de negocios (7 créditos)
Fundamentos de la Economía digital colaborativa (5 créditos)	Change management (5 créditos)	Public policies for enhancing entrepreneurship (6 créditos)	New trends in innovation and entrepreneurship (7 créditos)

Líneas de Generación y Aplicación del Conocimiento.

El plan de estudio de la Maestría en Innovación y Emprendimiento de Negocios se encuentra articulado por dos LGAC sobre las cuales los estudiantes, en colaboración con el núcleo docente, podrán desarrollar proyectos que incidan en el desempeño de las organizaciones o investigar fenómenos asociados con las temáticas de innovación y emprendimiento. Estas se describen a continuación:

Línea de Generación y/o Aplicación del Conocimiento	Descripción	Profesores por LGAC
LGAC1: Modelos y estrategias de negocios para la innovación organizacional.	Estudia el proceso mediante el cual las ideas de negocios se materializan en estrategias innovadoras para la mejora organizacional, por medio de la aplicación del análisis socioeconómico, gestión financiera, herramientas de mercadotecnia y el uso de las tecnologías de la comunicación, considerando el uso de modelos de negocios que impulsen la sustentabilidad empresarial.	Dr. Carlos Arturo Torres Gastelú Dra. Guadalupe Juárez Gómez Dr. José Echegaray Franyutti Mtro. Tomás Carmona Cuervo Mtro. Arturo Rivera López
LGAC2: Estudios de desarrollo del emprendimiento	Estudia los modelos y teorías que conducen el diseño y operación de proyectos emprendedores, así como los factores multidisciplinarios que inciden en el perfil emprendedor.	María del Carmen Meza Téllez Dra. Leidy Margarita López Castro Mtra. Dr. Ignacio Ortiz Betancourt Dr. Jorge Samuel Berdón Carrasco

Descripción detallada de las actividades complementarias con valor crediticio

Tal como se muestra en el plan de estudios, para cubrir el total de créditos los alumnos deberán de acreditar dos actividades académicas, las cuales pueden ser: a) Participación como ponente en evento académico, b) Publicación de un producto académico, c) Estancia organizacional, y, d) Movilidad académica. Estas se describen en la siguiente tabla:

a) Participación como ponente en evento académico				
Descripción	Características	Requisitos	Tipo/Créditos	Evidencia(s)
Ponencia o comunicación en foro o seminario	Consiste en un documento inédito, obtenido a partir del proyecto desarrollado al interior del posgrado o bien de los avances de dicho trabajo. Asimismo, puede derivarse de alguna investigación generada en algunos de los cursos del programa educativo, siempre y cuando se alinee a alguna de las LGAC.	El documento inédito debe ser en formato extenso; es decir, no resúmenes. El evento debe estar relacionado con alguna de las LGAC y organizado o avalado por alguna institución educativa reconocida o de una institución destacada en el ámbito profesional. Se debe obtener un producto académico con registro ISBN o ISSN.	Nacional (2) Internacional (4)	Carta de aceptación. Certificado de participación como ponente. Producto obtenido de dicha actividad: memoria en extenso, artículo publicado en revista derivada del evento (edición especial), capítulo de libro o similar.

Ponencia en congreso	Ídem.	Aunada a las anteriores, el evento deberá especificar que los trabajos se someten a un proceso de revisión por pares, el cual puede ser a doble ciego o abierto.	Nacional (4) Internacional (6)	Ídem.
----------------------	-------	--	-----------------------------------	-------

b) Publicación de un producto académico				
Descripción	Características	Requisitos	Tipo/Créditos	Evidencia(s)
Capítulo de libro	Texto inédito, publicado como parte de un libro cuya temática central se relaciona con los ámbitos de innovación, emprendimiento, gestión de negocios o similares y por ende tiene impacto en alguna de las LGAC.	El libro debe contar con registro ISBN y contar con el respaldo de alguna institución educativa reconocida u organización destacada en el ámbito profesional.	Publicado por una editorial nacional (2) Publicado por una editorial internacional (4)	Carta de aceptación, la cual indique el registro ISBN. Documento físico o electrónico.
Publicación en revista especializada	Texto inédito, publicado en una revista especializada cuya temática central	La revista debe de contar con el respaldo de alguna	Publicado por una editorial u organización nacional (2)	Ídem.

	<p>se relaciona con los ámbitos de innovación, emprendimiento, gestión de negocios o similares y por ende tiene impacto en alguna de las LGAC.</p>	<p>institución u organización destacada en el ámbito profesional.</p>	<p>Publicado por una editorial u organización internacional (4)</p>	
			<p>Publicado por una editorial u organización internacional (6)</p>	

c) Estancia organizacional				
Descripción	Características	Requisitos	Tipo/Créditos	Evidencia(s)
Reporte de estancia organizacional	<p>Documento que refleja las actividades desarrolladas por el estudiante en la organización, destacando la forma en que éstas se relacionan con las temáticas de innovación o emprendimiento y por</p>	<p>La estancia debe abarcar un periodo mínimo de 15 días laborales. El reporte debe presentar la siguiente estructura:</p> <p>Portada</p> <p>Resumen</p>	<p>Estancia en una organización nacional (4)</p> <p>Estancia en una organización internacional (6)</p>	<p>Carta de aceptación para la realización de la estancia, la cual indique el periodo, el área donde se desarrollarán las actividades y el nombre del supervisor a</p>

	<p>ende tiene impacto en alguna de las LGAC.</p>	<p>Descripción de la organización</p> <p>Problemática o área de oportunidad</p> <p>Objetivo del a estancia</p> <p>Descripción detallada de actividades</p> <p>Resultados</p> <p>Propuesta</p>	<p>Publicado por una editorial u organización internacional (6)</p>	<p>quién reportará dichas tareas.</p> <p>Reporte con base en la estructura antes descrita, el cual debe presentar el visto bueno del director, gerente o similar de la empresa en cuestión, así como el sello correspondiente.</p>
--	--	---	---	--

d) Movilidad académica				
Descripción	Características	Requisitos	Tipo/Créditos	Evidencia(s)
Experiencia educativa en movilidad académica	El alumno cursa una experiencia educativa en un posgrado adscrito a una	La estancia en la institución debe de abarcar todo el	En una institución de educación superior nacional (4)	Carta de aceptación por parte de la institución

	<p>institución de educación superior reconocida, la cual puede ser equivalente con aquellas ofertadas dentro del plan de estudios o bien, directamente relacionada con las temáticas de innovación y emprendimiento de negocios.</p>	<p>periodo que comprende dicha experiencia educativa.</p>	<p>En una institución de educación superior internacional (6)</p>	<p>educativa en la cual se especifiquen: nombre del curso, pos grado al que pertenece y duración. Además, se debe de anexar el programa completo del curso. Boleta o certificado en el cual se indique la calificación obtenida, la cual debe ser aprobatoria.</p>
Movilidad para proyectos de investigación	<p>El alumno realiza una estancia para fortalecer su proyecto de investigación en una institución de educación superior reconocida, la cual deberá ser supervisada por un docente o investigador adscrito a dicha institución cuya producción se enfoque al ámbito del comercio exterior.</p>	<p>El alumno deberá presentar la propuesta del plan de trabajo a desarrollar, indicando los objetivos y actividades, así como la forma en que impacta en su proyecto. Esta será a revisión para obtener el aval del NAB.</p>	<p>En una institución de educación superior nacional (4)</p>	<p>Carta de aceptación por parte de la institución educativa en la cual se especifiquen: nombre del profesor o investigador que supervisará el se debe de anexar el programa completo del curso.</p>

		La estancia en la institución debe de abarcar un periodo mínimo de 15 días.		Boleta o certificado en el cual se indique la calificación obtenida, la cual debe ser aprobatoria.
--	--	---	--	--

Tabla de Experiencias Educativas.

Experiencia educativa	Área de conocimiento	Descripción mínima
Análisis del entorno socioeconómico	Economía	El alumno analiza el efecto que producen los cambios en las variables macroeconómicas producen en las decisiones de los agentes económicos. Además, identifica el papel del sector público como rector de la política económica y promotor de la generación de empresas, la innovación y el emprendimiento.
Cultura emprendedora y modelos de negocios	Emprendimiento	La experiencia educativa de cultura emprendedora y modelos de negocios ofrece al estudiante, los elementos más importantes para adoptar una cultura emprendedora y las habilidades necesarias para identificar oportunidades de negocios y concretarlas aplicando un modelo de negocios adecuado. La formación en emprendimiento con visión innovadora permite que el estudiante se enfoque en la creación de nuevas empresas y con ello en una oportunidad laboral, respondiendo de manera proactiva a la crisis de desempleo que actualmente se presenta en las economías de todo el mundo.
Gestión de la innovación tecnológica en los negocios	Tecnologías de la información y la comunicación	Esta asignatura orienta la formación profesional hacia la importancia y las formas de desarrollar la tecnología, pero de forma que hagan más competitivas a las organizaciones en lo que respecta a la innovación tecnológica y su impacto en las organizaciones, así como en la gestión del talento humano responsable de su desarrollo, como también

		lo relacionado con la administración de los derechos de propiedad intelectual.
Herramientas estadísticas y análisis de datos para la toma de decisiones	Estadística	La experiencia educativa de Herramientas estadísticas y análisis de datos para la toma de decisiones brinda al estudiante los conocimientos, herramientas y habilidades matemáticas y estadísticas necesarios para el análisis de datos que conduzcan a la toma de decisiones objetivas en la solución de situaciones y problemas identificados, tomando en cuenta el entorno socio – económico y la innovación tecnológica, desarrollando las competencias que permitan la aplicación de conocimientos en contextos reales de trabajo.
Gestión de la innovación y protección en los negocios	Derecho	La experiencia educativa gestión y protección de la innovación en los negocios brinda al estudiante la oportunidad de conocer el marco jurídico del Derecho de la Propiedad Intelectual en el ámbito nacional e internacional a fin de distinguir y proteger las creaciones tangibles e intangibles de sus creadores evitando actos de competencia desleal que afecten la imagen de la empresa, de sus productos y servicios que éstas ofrezcan al consumidor, orientándose al desarrollo integral de las competencias a través de la aplicación de conocimientos en contextos reales de trabajo organizacional y de emprendimiento, facilitando la vinculación entre el sector privado y Universidad.
Gestión del talento humano e intraemprendimiento	Recursos humanos	El estudiante comprenderá y analizará la importancia del papel de la Gestión del Talento Humano en las organizaciones y cómo éstas logran sus objetivos, sin perder de vista su misión y al mismo tiempo proporcionar competitividad a la organización, proporcionando talento humano idóneo y motivador, así como incrementar la satisfacción en el trabajo, desarrollando y manteniendo la calidad de vida en el trabajo generando cambios a través del emprendimiento e innovación.

Finanzas y dinámica empresarial		<p>La Experiencia Educativa de Finanzas y Dinámica Empresarial proporciona al estudiante la oportunidad de fortalecer y de acrecentar sus conocimientos y habilidades en un entorno como el actual, en el que muchas empresas no son conscientes de las repercusiones que pueden tener sus decisiones financieras. En un entorno de crecimiento y estabilidad puede pasar desapercibida la relevancia de las decisiones financieras adoptadas, pero en un escenario de crisis y turbulencias económicas, cuando la situación económica arrastra perjudicialmente a las empresas, es cuando queda patente que las decisiones adoptadas en base a una buena formación y espíritu crítico suavizan las consecuencias y ayudan a comprender, desde un primer momento, qué está pasando y cómo resolver los problemas lo antes posible.</p>
Administración estratégica de proyectos emprendedores	Administración estratégica	<p>Ante la inestabilidad de los mercados globales, es necesario desarrollar en el emprendedor una visión integral de prospectiva de los ecosistemas que rodean a las organizaciones, ya que, si bien, éstos presentan amenazas, también ofrecen oportunidades de negocios. Es allí donde el emprendedor deberá estar atento a conocer e identificar los aspectos claves de la dinámica que se gesta continuamente para aprovechar dichas oportunidades a través del conocimiento y manejo de una herramienta fundamental en los sectores empresariales: la estrategia.</p> <p>La experiencia educativa de Administración estratégica de proyectos emprendedores brinda al estudiante, los elementos conceptuales y metodológicos que le permitan construir estrategias <i>ad hoc</i> a la naturaleza de la empresa y su proyección al futuro, privilegiando la ventaja competitiva a partir de que desarrolle la capacidad para identificar los aspectos claves del entorno externo e interno y elegir</p>

		la estrategia clave para implementarla desde una perspectiva de emprendedor.
Social media y mercadotecnia digital	Mercadotecnia	Las tecnologías de la Información y Comunicación (TIC's) han revolucionado los procesos de negocios y la forma de hacerlos, se han roto muchos paradigmas con el apoyo de dichas tecnologías. El marketing digital es uno de los procesos que más ha evolucionado en ese sentido, principalmente apoyado por las redes sociales y las múltiples plataformas que hoy existen, es por ello, que es de vital importancia conocer y aplicar las herramientas digitales existentes para sacar la mayor ventaja de ellas y al menos costo para la comercialización de nuestros productos.
Taller de diseño de proyectos		En este curso se inicia un proyecto que tendrá dos finalidades: la titulación y la solución de un problema en su entorno profesional. Por ello, la experiencia educativa de Taller de diseño de proyectos brinda al estudiante la oportunidad de aplicar sus conocimientos y habilidades para solucionar un problema de su contexto, tomando en cuenta los fundamentos de la administración estratégica, innovación tecnológica y la tecnología de información, orientándose al desarrollo integral de las competencias a través de la aplicación de conocimientos en contextos reales de trabajo organizacional, facilitando la vinculación entre sector privado y Universidad.
Taller de consolidación de proyectos		El carácter formativo terminal de este curso permite que el estudiante incorpore los conocimientos, habilidades y actitudes desarrolladas durante su proceso formativo, con el objeto de identificar, diseñar, proponer e implementar estrategias innovadoras en las organizaciones que contribuyan al desarrollo y bienestar social mediante la implementación de un proyecto emprendedor que atienda a cubrir necesidades en una organización.

Tabla de Experiencias Educativas Optativas

Experiencia educativa		Área de conocimiento	Descripción mínima
OPTATIVA I	Introducción al emprendimiento social (5 créditos)	Emprendimiento	Dentro de las distintas vertientes del emprendimiento surgidas a inicios de este siglo, el emprendimiento social representa una de las de mayor crecimiento a nivel internacional. Lo anterior, toda vez que, a diferencia del modelo tradicional, antepone objetivos sociales sin dejar de lado la sustentabilidad del negocio; es decir, prioriza la satisfacción de necesidades en un grupo o territorio, sin dejar de lado la generación de empleos. Por ello, es preciso que los alumnos de la Maestría en Innovación y Emprendimiento de Negocios profundicen en el estudio de esta temática.
	Fundamentos de la Economía digital colaborativa (5 créditos)	Economía	Una de las características principales del siglo veintiuno es la acelerada incorporación de tecnología en nuestras actividades; esto, ha provocado el surgimiento de nuevos modelos económicos y de gestión de negocios, entre los que destaca la Economía digital colaborativa. Por ello, este curso presenta las bases de la economía colaborativa y la forma en que ésta puede incorporarse tanto en estrategias de innovación organizacional como en proyectos emprendedores. Lo anterior, con el fin de dotar al estudiante de un panorama completo acerca de los alcances y las prospectivas de esta temática.
OPTATIVA II	Emprendimiento y comercio exterior (5 créditos)	Emprendimiento; Comercio exterior	La experiencia educativa de Emprendimiento y Comercio Exterior brinda al estudiante la oportunidad de fortalecer sus conocimientos y habilidades para emprender un negocio internacional utilizando herramientas como la inteligencia comercial para encontrar

			oportunidades de negocios así como el conocimiento que se requiere de las distintas normativas a las que generalmente el comercio exterior se encuentra sujeto, orientándose al desarrollo integral de las competencias a través de la aplicación de conocimientos en contextos reales de empresas emprendedoras que han logrado la internacionalización, facilitando la vinculación entre sector privado y Universidad.
	Change management (5 créditos)	Desarrollo organizacional (organizational development)	This subject allows the student to incorporate the knowledge, skills and attitudes developed during their formative process of the master's degree in order to identify, design, propose a project that encourages technological change in an organization.
OPTATIVA III	Innovación, crecimiento económico y desarrollo social (6 créditos)	Innovación; Economía	Este curso se enfoca en la revisión de la evolución de los procesos de innovación en los negocios en el siglo veinte. Además, los alumnos analizarán el papel de la innovación en el siglo veintiuno como mecanismo promotor del crecimiento económico y desarrollo social; y, finalmente, compararán distintas prácticas a nivel internacional a favor de estos cometidos.
	Public policies for enhancing entrepreneurship (6 créditos)	Entrepreneurship (Emprendimiento)	Students will review the state of public policies in Mexico for the promotion of innovation and entrepreneurship; also, they will analyze good practices internationally by leading countries in these issues.
OPTATIVA IV	Estrategias financieras para la evaluación de negocios (7 créditos)	Finanzas	Este curso provee al estudiante de una serie de elementos fundamentales para diseñar estrategias financieras que apuntalen una idea innovadora de negocio o el desarrollo de un proyecto emprendedor. Lo anterior, toda vez que el correcto análisis de los indicadores financieros es un insumo fundamental para establecer metas en los distintos horizontes de tiempo.
	New trends in Innovation and		During this course, scholars will review the new

	innovation and entrepreneurship (7 créditos)	entrepreneurship (Innovación y emprendimiento)	trends in the study of innovation; besides, will identify emerging issues in the field of entrepreneurship.
--	---	---	---

Alternativas de movilidad académica.

Con el fin de apuntalar el proceso de formación académica de los estudiantes, así como la capacitación y vinculación de los miembros del NAB con pares nacionales y extranjeros, la movilidad académica representa un mecanismo importante para lograr dichos cometidos. Ésta podrá concretarse mediante las siguientes alternativas:

- Participación en otros posgrados o cursos ofertados al interior de la Universidad Veracruzana.
- Movilidad hacia otras instituciones de educación superior dentro de la República Mexicana o en el extranjero con las cuales nuestra Universidad cuente con acuerdos o convenios de colaboración.
- Movilidad para el desarrollo de prácticas profesionales en instituciones públicas o privadas, siempre y cuando dicha actividad se justifique y alinee a las LGAC.

Tutorías

Toda vez que la actividad tutorial es esencial para favorecer la permanencia y egreso de los estudiantes en el posgrado, a cada uno de ellos se les asignará un tutor académico cuya función será guiarlo durante su trayectoria escolar a través de sesiones programadas a lo largo de cada periodo. También, contarán con un Director de proyecto quien se encargará de orientar el trabajo enfocado en alguna de las LGAC. Es importante destacar que el proceso de designación de los tutores se efectuará con base en el Reglamento General de Estudios de Posgrado 2010, Capítulo II: Del Tutor, Director de Tesis y Asesor, Artículos 32 y 33.

9.- Duración de los estudios

La Maestría en Innovación y Emprendimiento de Negocios tiene una duración cuatro semestres, en los cuales el alumno deberá acreditar 15 cursos y 2 actividades académicas. El total de horas es de 1,230, de las cuales 345 son teóricas y 885 prácticas.

10.- Descripción del reconocimiento académico

Una vez que el alumno obtenga el total de créditos y cumpla con todos los procesos escolares y administrativos, el grado académico que se conferirá será el de Maestro en Innovación y Emprendimiento de Negocios; éste se otorgará con base en el Reglamento General de Estudios de Posgrado vigente, en donde se señala que la Universidad Veracruzana expedirá para los estudios de posgrado certificados, constancias, diplomas o grados académicos, relacionados en cada caso con el género de las personas a las que se les otorguen, cuando éstas hayan concluido estudios.

Referencias Bibliográficas

Agencia de los Estados Unidos para el Desarrollo Internacional. (2017). Supporting private Enterprise. Obtenido desde: <https://www.usaid.gov/what-we-do/economic-growth-and-trade/supporting-private-enterprise>

Ambos, T., Tatarinov, K, Somerville, S., y, Milligan, K. (2018). Initiatives with impact: Unleashing bottom-up innovation in International Organization. Université de Genéve. Obtenido desde: <https://cdn2.hubspot.net/hubfs/3912752/IOMBA/Initiatives%20with%20Impact.pdf>

Anderson, D. (2011). Organization Development: The Process of Leading Organizational Change. SAGE Publications, Inc; Edición: Second.

Asociación Nacional de Universidades e Instituciones de Educación Superior. (2018a). Anuarios Estadísticos de Educación Superior-Posgrado. Ciclo escolar 2017-2018. Obtenido desde: <http://www.anuies.mx/informacion-y-servicios/informacion-estadistica-de-educacion-superior/anuario-estadistico-de-educacion-superior>

Asociación Nacional de Universidades e Instituciones de Educación Superior. (2018b). Anuarios Estadísticos de Educación Superior-Licenciatura. Ciclo escolar 2017-2018. Obtenido desde: <http://www.anuies.mx/informacion-y-servicios/informacion-estadistica-de-educacion-superior/anuario-estadistico-de-educacion-superior>

Banco Mundial. (s.f.). Innovation and entrepreneurship. Understanding poverty. The World Bank. Obtenido desde: <https://www.worldbank.org/en/topic/innovation-entrepreneurship>

Banco Mundial. (2017). En 15 años se implementan reformas para mejorar el entorno empresarial en todo el mundo. World Bank Group. Obtenido desde: <https://www.bancomundial.org/es/news/immersive-story/2017/10/31/15-years-of-reforms-to-improve-business-climate-worldwide>

Banco Mundial. (2018). Catalyzing entrepreneurship for job creation project. Environmental and social management framework. <http://documents.worldbank.org/curated/en/255731542362560866/pdf/CATALYZING-ENTREPRENEURSHIP-FOR-JOB-CREATION-PROJECT-ESMF-Final-13nov2018-002-CLEAN.pdf>

Banco Mundial. (2018b). The changing nature of work. World Development Report 2019. Obtenido desde: https://www.oitcinterfor.org/sites/default/files/file_publicacion/2019WDRDraftReport.pdf

Carpio, A. (2017). The rise of the political entrepreneur and why we need more of them. World Economic Forum. Obtenido desde:

<https://www.weforum.org/agenda/2017/11/the-rise-of-the-political-entrepreneur-and-why-we-need-more-of-them/>

Consejo Nacional de Ciencia y Tecnología. (2018). ¿Qué pasa cuando estudias un posgrado? Obtenido desde: <http://www.conacytprensa.mx/index.php/sociedad/politica-cientifica/23303-pasa-cuando-estudias-posgrado>

Conferencia de las Naciones Unidas sobre Comercio y Desarrollo. (2018). Informe sobre el Comercio y el Desarrollo, 2018. Obtenido desde: https://unctad.org/es/PublicationsLibrary/tdr2018overview_es.pdf

Corporación para el desarrollo de pequeñas empresas del gobierno del oeste de Australia. (2018). Essential Business Skills. Obtenido desde: <https://www.smallbusiness.wa.gov.au/business-advice/starting-your-business/business-skills>

Craig, W. (2017). The importance of hiring innovation. Forbes Magazine. Obtenido desde: <https://www.forbes.com/sites/williamcraig/2017/12/19/the-importance-of-hiring-for-innovation/#2a9ce5ba6ed3>

Deloitte. (2018). Tendencias en capital humano 2018. Deloitte insights. Obtenido desde: <https://www2.deloitte.com/mx/es/pages/human-capital/articles/tendencias-capital-humano-2018.html>

Flavin, B. (2018). 9 Top human resources job skills employers are seeking. Rasmussen College. Obtenido desde: <https://www.rasmussen.edu/degrees/business/blog/human-resources-job-skills-employers-want-to-see/>

Foro Económico Mundial. (s.f.). New Models for entrepreneurship. Obtenido desde: <http://reports.weforum.org/new-models-for-entrepreneurship/executive-summary/#>

Global Entrepreneurship Monitor. (s.f.). How GEM defines entrepreneurship. Obtenido desde: <https://www.gemconsortium.org/wiki/1149>

Global Entrepreneurship Monitor. (s.f.b). Mexico: Economy Profile. Policy Brief. Obtenido desde: <https://www.gemconsortium.org/country-profile/87>

Global Entrepreneurship Monitor. (2018). GEM 2017/2018 Global Report. Obtenido desde: <https://www.gemconsortium.org/report>

Graduate Management Admission Council. (2017). Corporate recruiters survey report 2017. Market Intelligence. Obtenido desde: <https://www.gmac.com/~/media/Files/gmac/Research/employment-outlook/2017-gmac-corporate-recruiters-web-release.pdf>

Graduate Management Admission Council. (2018). Corporate recruiters survey report 2018. Market Intelligence. Obtenido desde: <https://www.gmac.com/~/media/Files/gmac/Research/employment-outlook/gmac-2018-corporate-recruiters-survey-report.pdf>

Instituto Nacional de Estadística y Geografía. (2018). Ocupación. Obtenido desde: <http://www.inegi.org.mx/sistemas/BIE/CuadrosEstadisticos/GeneraCuadro.aspx?s=est&nc=597&c=25586>

Jaharian, F. (2018). 4 ways universities are driving innovation. Foro Económico Mundial. Obtenido desde: <https://www.weforum.org/agenda/2018/01/4-ways-universities-are-driving-innovation/>

Januta, A. (2018). How US universities are priming students to be entrepreneurs. World Economic Forum.

Kotter, J. (2014). Accelerate: Building Strategic Agility for a Faster-Moving World. Harvard Business Review Press.

Lederman, D., Messina, J., Pienknagura, S. y Rigolini, J. (2014). El emprendimiento en América Latina: muchas empresas y poca innovación—Resumen. Washington, DC: Banco Mundial. Licencia: Creative Commons Attribution CC BY 3.0. Obtenido desde: https://www.worldbank.org/content/dam/Worldbank/document/LAC/EmprendimientoAmericaLatina_resumen.pdf

Malo, S. (2000). Reflexiones sobre el futuro para la educación superior en México. Revista de la Educación Superior No. 113. Obtenido desde: http://publicaciones.anuies.mx/pdfs/revista/Revista113_S5A3ES.pdf

Mass Challenge Mexico. (2017). México en el cuarto lugar en emprendimiento en AL. En Idc Online. Obtenido desde: <https://idconline.mx/corporativo/2017/06/27/mexico-en-el-4-lugar-de-emprendimiento-en-al>

Observatorio Laboral. (2018). Estudios y publicaciones. Obtenido desde: <http://www.observatoriolaboral.gob.mx/#/>

Organización Internacional del Trabajo. (2017). Human resources strategy 2018-2021. Obtenido desde: https://www.ilo.org/wcmsp5/groups/public/---ed_norm/---relconf/documents/meetingdocument/wcms_580958.pdf

Organización para la Cooperación y el Desarrollo Económicos. (2010). High-Growth Enterprises; What governments can do to make a difference? Obtenido desde: <http://www.oecd.org/industry/smes/high-growthenterpriseswhatgovernmentscandotomakeadifference.htm>

Organización para la Cooperación y el Desarrollo Económicos. (2016). Impulsando la productividad y el crecimiento inclusivo en Latinoamérica. OCDE América Latina y el Caribe. Obtenido desde: http://www.oecd.org/latin-america/Impulsando_Productividad_Crecimiento_Inclusivo.pdf

Organización para la Cooperación y el Desarrollo Económicos. (2017). OECD skills strategy diagnostic report 2017. Mexico. Obtenido desde: <http://www.oecd.org/mexico/OECD-Skills-Strategy-Diagnostic-Report-Mexico.pdf>

Organización para la Cooperación y el Desarrollo Económicos. (2018a). Global and Mexico Economic Outlook 2018. Obtenido desde: <http://www.oecd.org/about/secretary-general/global-and-mexico-economic-outlook-2018.htm>

Organización para la Cooperación y el Desarrollo Económicos. (2017b). Supporting entrepreneurship and innovation in higher education in Hungary. Obtenido desde: <http://www.oecd.org/publications/supporting-entrepreneurship-and-innovation-in-higher-education-in-hungary-9789264273344-en.htm>

Organización para la Cooperación y el Desarrollo Económicos. (2017c). Mexico Policy Brief. Economy. Raising productivity in small traditional enterprises. Obtenido desde: <https://www.oecd.org/mexico/mexico-raising-productivity-in-small-traditional-enterprises.pdf>

Organización para la Cooperación y el Desarrollo Económicos. (2018a). Perspectivas económicas 2018. Obtenido desde: <http://www.oecd.org/about/secretary-general/perspectivas-economicas-2018.htm>

Organización para la Cooperación y el Desarrollo Económicos. (2018b). Panorama de la educación. Indicadores de la OCDE 2018. Informe Español. Obtenido desde: https://www.mecd.gob.es/inee/dam/jcr:2cba4aaa-4892-40d7-ac8b-00efbc95b8a2/Panorama%20de%20la%20Educacion%202018_final.pdf

Organización para la Cooperación y el Desarrollo Económicos. (2018c). How does Mexico compare? Employment Outlook 2018. Obtenido desde: <https://www.oecd.org/mexico/Employment-Outlook-Mexico-EN.pdf>

Organización para la Cooperación y el Desarrollo Económicos. (2018d). Going for growth 2018: an opportunity that governments should not miss. OECD Economics Department. Obtenido desde: <http://www.oecd.org/eco/going-for-growth.htm>

Organización Mundial del Comercio. (2017). Informe sobre el comercio mundial 2017. Comercio, tecnología y empleo. Obtenido desde: https://www.wto.org/spanish/res_s/booksp_s/wtr17-2_s.pdf

Padoa, P. (2009). Universities: engines for economic development. En OCDE: Universities, innovation and entrepreneurship. Criteria and examples of good practice. Obtenido desde: <https://www.oecd.org/cfe/leed/43201452.pdf>

Palma, P. (2016). México, ¿una economía compleja con poca innovación? Forbes México. Obtenido desde: <https://www.forbes.com.mx/mexico-una-economia-compleja-con-poca-innovacion/>

Programa de las Naciones Unidas para el Desarrollo. (2016). Los jóvenes emprendedores de América Latina necesitan políticas innovadoras y apoyo de sus gobiernos. Comunicado de prensa. Obtenido desde: <http://www.undp.org/content/undp/es/home/presscenter/pressreleases/2016/10/27/los-jovenes-emprendedores-de-america-latina-necesitan-politicas-innovadoras-y-apoyo-de-sus-gobiernos-.html>

Quinn, R. y Thakor, A. (2018). Creating a purpose-driven organization. Harvard Business Review. July-August Issue. Obtenido desde: <https://hbr.org/2018/07/creating-a-purpose-driven-organization>

QS. (2018). QS' Global Employer Survey 2018. Obtenido desde: <http://www qs com qs-global-employer-survey-growth-continues-2018/>

QS Top Universities. (2018). Why a degree in entrepreneurship could help you start up. Obtenido desde: <https://www.topuniversities.com/courses/business-management/why-degree-entrepreneurship-could-help-you-start>

Reynaga, S. (2002). Los posgrados: una mirada valorativa. Revista de la Educación Superior No. 124. Obtenido desde: http://publicaciones.anuies.mx/pdfs/revista/Revista124_S3A3ES.pdf

Root, G. (s.f.). The importance of organizational development. Revisado el 29 de octubre de 2018 y obtenido desde: <https://smallbusiness.chron.com/importance-organizational-development-11904.html>

Secretaría de Educación Pública. (2013). Programa Sectorial de Educación 2013-2018. Obtenido desde: http://www.itesa.edu.mx/pdf/PROGRAMA_SECTORIAL_DE_EDUCACION_2013_2018_WEB.pdf

Sistema de Información Empresarial Mexicano. (2018). Consulta digital. Obtenido desde: https://siem.gob.mx/consulta/dashboard?EstablishmentsFilter=%22veracruz%22%20AND%20clave_entidad_federativa:%2230%22

Smith, T. (2018). Innovative recruiting for innovative talent. Forbes Magazine. Obtenido desde: <https://www.forbes.com/sites/forbestechcouncil/2018/05/29/innovative-recruiting-for-innovative-talent/#6d875f3a1b5d>

Top MBA. (2018). QS Global MBA Rankings 2019: Latin America. Obtenido desde: <https://www.topmba.com/mba-rankings/latin-america/2019>

Universidad Veracruzana. (2017). Plan General de Desarrollo 2030. Obtenido desde: <https://www.uv.mx/universidad/doctosofi/UV-Plan-General-de-Desarrollo-2030.pdf>

Universidad Veracruzana. Series Históricas 2017-2018. Obtenido desde: https://www.uv.mx/informacion-estadistica/files/2018/01/Series-Historicas-2017_2018-Final.pdf

University of Swansea. (s/f). Why do a Master's degree? Obtenido desde: <https://www.swansea.ac.uk/postgraduate/taught/why-masters/>

ANEXOS

A. Programas de Estudios

UNIVERSIDAD VERACRUZANA MAESTRÍA EN INNOVACIÓN Y EMPRENDIMIENTO DE NEGOCIOS

DATOS GENERALES
Nombre del Curso
Análisis del entorno socioeconómico

PRESENTACIÓN GENERAL
Justificación
Las condiciones del entorno socioeconómico inciden directamente en la forma en que se desarrollan las organizaciones dentro de un territorio. Por ello, es preciso que los inversionistas, empresarios, consultores y aquellos profesionistas vinculados con las actividades productivas, la innovación y el emprendimiento, identifiquen el efecto que los cambios en las variables macroeconómicas producen en las decisiones de consumidores y productores, sin descuidar el papel del sector público como rector de la política económica. De esta manera, los tomadores de decisiones contarán con un mayor número de elementos para escoger las alternativas más eficientes en un contexto determinado.

OBJETIVOS GENERALES DEL CURSO
Analizar el efecto que producen los cambios en las variables macroeconómicas producen en las decisiones de los agentes económicos.
Identificar el papel del sector público como rector de la política económica y promotor de la generación de empresas, la innovación y el emprendimiento.

UNIDADES, OBJETIVOS PARTICULARES Y TEMAS
UNIDAD 1
Principios del análisis socioeconómico
Objetivos particulares
Identificar el papel de la Economía como ciencia social.
Revisar las principales herramientas para el análisis socioeconómico.
Temas
1.1 Fundamentos de la Economía. 1.2 Principales escuelas del pensamiento económico. 1.3 Los escases de cara a la toma de decisiones. 1.4 Conceptos fundamentales en el ámbito de la Economía. 1.5 El papel de los modelos económicos.

- 1.6 Análisis económico positivo y normativo.
 1.7 Herramientas para el análisis socioeconómico.

UNIDAD 2

Fundamentos de la teoría microeconómica

Objetivos particulares

- Examinar los principales supuestos que delimitan el actuar de consumidores.
 Indagar las bases de la teoría del productor.
 Comparar las distintas estructuras de mercado.

Temas

- 2.1 Teoría del comportamiento del consumidor
 2.2 Teoría de la demanda.
 2.3 Determinantes de la oferta
 2.4 Equilibrio del Mercado
 2.5 Función de producción
 2.6 Costos de producción
 2.7 El papel de la innovación en la producción.
 2.8 Estructuras de mercado.
 2.9 Participación de los emprendedores en los mercados.

UNIDAD 3

Fundamentos de la teoría macroeconómica

Objetivos particulares

- Revisar las principales variables macroeconómicas
 Indagar acerca del papel del Estado como rector de la política económica.
 Examinar el papel del entorno internacional en las decisiones del Estado.

Temas

- 3.1 Principales variables macroeconómicas.
 3.2 Fases del ciclo económico.
 3.3 El papel de la política económica.
 3.4 Instrumentos de política fiscal.
 3.5 La política monetaria.
 3.6 Instituciones y organismos internacionales.
 3.7 Políticas públicas para la promoción de la innovación y el emprendimiento.

TÉCNICAS DIDÁCTICAS Y ASPECTOS METODOLÓGICOS

Enseñanza

- Exposición introductoria de los temas del curso.
 Análisis de casos de estudio.
 Discusión dirigida en foros virtuales
 Revisión de material digital en la plataforma Eminus.

Aprendizaje

- Análisis de material en formato electrónico.
 Solución de casos de estudio.
 Presentación oral en equipos de trabajo.
 Discusiones grupales, presenciales y en foros virtuales.
 Búsqueda de información en bases de datos y sitios especializados.

EQUIPO NECESARIO

Pizarrón.
Proyector.
Computadora.
Conexión a Internet.

BIBLIOGRAFÍA

Dornbusch, R., Fischer, S. & Startz, R. (2016). Macroeconomía. 12a edición. McGraw Hill Interamericana Editores, S.A. de C.V. México.
Samuelson, P. & Nordhaus, W. (2019). Microeconomía con aplicaciones. 19a edición. McGraw Hill Interamericana Editores, S.A. de C.V. México.
Samuelson, P. & Nordhaus, W. (2019). Macroeconomía con aplicaciones. 19a edición. McGraw Hill Interamericana Editores, S.A. de C.V. México.

REFERENCIAS ELECTRÓNICAS (Última fecha de acceso:)

Banco de México. <https://www.banxico.org.mx/>
Secretaría de Economía. <https://www.gob.mx/se/>
Secretaría de Hacienda y Crédito Público. <https://www.gob.mx/hacienda>
Fondo Monetario Internacional <https://www.imf.org/external/spanish/index.htm>
Banco Mundial. <https://www.bancomundial.org/>
Foro Económico Mundial. <https://es.weforum.org/>

Otros Materiales de Consulta:

El Economista. <https://www.youtube.com/user/VideoElEconomista>
El Financiero Bloomberg. <https://www.youtube.com/user/FinancieroMexico>
Forbes México. <https://www.youtube.com/user/forbesmexico>

EVALUACIÓN

SUMATIVA

Aspecto a Evaluar	Forma de Evaluación	Evidencia	Porcentaje
Análisis de los principales conceptos del análisis socioeconómico	Revisión de lecturas y solución de preguntas detonantes	Documento electrónico entregado en la plataforma Eminus	20%
Aplicación de los fundamentos de la teoría microeconómica en casos de estudio.	Ánalisis y propuestas de solución a casos de estudio.	Participación en foros virtuales de la plataforma Eminus	35%

Identificación del impacto de la política económica en las organizaciones y en la promoción de la innovación y el emprendimiento.	Presentación oral con recursos electrónicos	Presentación en el aula y archivos de soporte cargados en la plataforma Eminus.	35%
Aplicación de los principales conceptos del análisis socioeconómico	Solución de preguntas teóricas y ejercicios.	Solución del examen en la plataforma Eminus	10%
Total			100%

**UNIVERSIDAD VERACRUZANA
MAESTRÍA EN INNOVACIÓN Y
EMPRENDIMIENTO DE NEGOCIOS**

DATOS GENERALES
Nombre del Curso
Cultura Emprendedora y Modelos de Negocios

PRESENTACIÓN GENERAL
Justificación
La experiencia educativa de cultura emprendedora y modelos de negocios ofrece al estudiante, los elementos más importantes para adoptar una cultura emprendedora y las habilidades necesarias para identificar oportunidades de negocios y concretarlas aplicando un modelo de negocios adecuado. La formación en emprendimiento con visión innovadora permite que el estudiante se enfoque en la creación de nuevas empresas y con ello en una oportunidad laboral, respondiendo de manera proactiva a la crisis de desempleo que actualmente se presenta en las economías de todo el mundo.

OBJETIVOS GENERALES DEL CURSO
Desarrollar la cultura y competencias emprendedoras del Talento Humano a través de aplicar las herramientas administrativas que permitan identificar oportunidades de negocios en mercados atractivos para abordarlos a través de Modelos de Negocios innovadores y socialmente responsables.

UNIDADES, OBJETIVOS PARTICULARES Y TEMAS
UNIDAD 1
Cultura y Habilidades Emprendedoras
Objetivos particulares
Facilitar una visión general del emprendimiento, del emprendedor y de los recursos específicos que el talento humano debe desarrollar para emprender.
Temas
1.1 Generalidades de la cultura emprendedora: concepto de Cultura Emprendedora, innovadora y sostenible
1.2 Ser emprendedor
1.3 Características del emprendedor
1.4 Razones para emprender
1.5 Ecosistema de emprendimiento en el mundo.
1.6 Habilidades para emprender

UNIDAD 2
Oportunidades de Negocio
Objetivos particulares
Conocer la metodología orientada a la generación de ideas innovadoras que respondan a solucionar problemas reales, a partir del análisis de las variables que interaccionan en un mercado determinado aplicando la conciencia personal y las herramientas administrativas que le den viabilidad a la iniciativa emprendedora.
Temas
2.1 Metodología Design Thinking (Pensamiento de diseño) 2.2 Análisis de Mercado y Herramientas Administrativas 2.3 Conciencia del Emprendedor sobre el Impacto económico, social, y ambiental de sus Acciones. 2.4 Evaluación Financiera de las Oportunidades de Negocio

UNIDAD 3
Modelos de Negocios
Objetivos particulares
Conocer las diferentes propuestas para integrar las actividades que componen una organización para diseñar una oferta de un producto o servicio de valor e innovador.
Temas
3.1 Conceptualización 3.2 Modelo de Negocios Johnson, Chistensen y Kagerman 3.3 Modelo de Negocios CANVAS de Alexander Osterwalder y Pigneur 3.4 Modelo de Negocios de ABBTruck 3.5 Modelado de Negocios 3.6 Reingeniería de Modelos de Negocios 3.7 Modelos de Negocios para la Innovación de Productos y Servicios

TÉCNICAS DIDÁCTICAS Y ASPECTOS METODOLÓGICOS
Enseñanza: Exposición de temas. Diálogo dirigido y exposición de ideas. Coordinación del análisis individual y grupal
Aprendizaje: Búsqueda y recuperación de información. Análisis de información. Lectura y redacción de textos y de casos de estudio Discusión dirigida Trabajo individual y equipo.

EQUIPO NECESARIO

Computadoras personales.
Conexión a Internet.
Proyector.
Pintarrón y marcadores

BIBLIOGRAFÍA

- Beqiri, G. (2014). Innovative Business Models and Crisis Management. *Procedia Economics and Finance*, 361-368.
- Brown, N. (2008). Desing Thinking . *Harvard Business Review*, 84-92.
- Chirinos, C. (211). Nicho de Mercado: El enfoque desde el oceano azul . *Linguistic Inquiry*, 171-181.
- Demil, B. &. (2009). Evolución de Modelos de Negocio: Hacia una visón de la estrategia en terminos de coherencia dinámica. . *Universia Business Review*, 86-107.
- Dos Santos, M. A. (2017). *Investigaciòn de mercados, Manual universitarios*. España: Diaz de Santos.
- Espinoza, R. (2013). *Innovaciòn de negocios para mentes digitales*. Santiago de Chile: RIL Editores.
- Fischer, L., & Espejo, J. (2016). *Introducciòn a la investigaciòn de mercados*. Mèxico: McGrawHill.
- Fischer, L., & Espejo, J. (2016). *Mercadotecnia*. Mèxico: McGrawHill.
- Freire, A. (2016). *Pasiòn por emprender, de la idea a la cruda realidad*. Buenos Aires: Penguin, Randamon House Grupo Editorial .
- Joanidis, C. (2017). *Plan de negocios, La película*. Buenos Aires: Pluma Digital Ediciones.
- Kerin, R., & Hatley, S. (2018). *Marketing*. Mèxico: McGrawHill.
- Pedraza, O. (2014). *Modelo de plan de negocios para la micro y pequeña empresa*. Mèxico: Grupo editorial Patria.
- Prieto, J. (2013). *Investigaciòn de mercados*. Bogotà: Ecoediciones.
- Rodríguez, J. M. (2014). *Còmo hacer inteligente su negocio*. Mèxico: Grupo Editorial Patria.
- Schnarch, A. (2014). *Desarrollo de nuevos productos, creatividad, innovaciòn y marketing*. Mèxico: McGrawHill.
- Uribe, M., & Reinoso, J. (2013). *Emprendimiento y Empresarismo*. Bogota : Ediciones de la U.
- Vaca, G. (2016). *Evaluaciòn de Proyectos*. Mèxico: McGrawHill.

REFERENCIAS ELECTRÓNICAS (Última fecha de acceso:)

Universidad Veracruzana. (2014). Biblioteca Virtual (Bases de datos, Repositorio Institucional y Libros e-Pearson). Obtenido de Universidad Veracruzana: <http://www.uv.mx/bvirtual/>

EVALUACIÓN			
SUMATIVA			
Aspecto a Evaluar	Forma de Evaluación	Evidencia	Porcentaje
Planeación del proyecto emprendedor	Trabajo escrito	Reporte con la planeación completa. Reporte de las aportaciones de la EE al proyecto.	20 %
Análisis y diseño del proyecto emprendedor en el ámbito de la innovación	Trabajo escrito	Documento de análisis y diseño del proyecto. Reporte de las aportaciones de la EE al proyecto.	20%
Presentación del avance del Proyecto Innovador	Presentación oral	Presentación en plenaria del proyecto innovador ante el comité de inversionistas	60%
Total			100%

**UNIVERSIDAD VERACRUZANA
MAESTRÍA EN INNOVACIÓN Y
EMPRENDIMIENTO DE NEGOCIOS**

DATOS GENERALES
Nombre del Curso
Gestión de la Innovación de la Tecnologías

PRESENTACIÓN GENERAL
Justificación
Esta asignatura orienta la formación profesional hacia la importancia y las formas de desarrollar la tecnología, pero de forma que hagan más competitivas a las organizaciones en lo que respecta a la innovación tecnológica y su impacto en las organizaciones, así como en la gestión del talento humano responsable de su desarrollo, como también lo relacionado con la administración de los derechos de propiedad intelectual.

OBJETIVOS GENERALES DEL CURSO
Proporcionar las herramientas metodológicas y prácticas para poder desarrollar escenarios e implementar la prospectiva en los negocios.

OBJETIVOS PARTICULARES Y TEMAS
UNIDAD I
Innovación Tecnológica y Globalización
Objetivo particular
Conocer los antecedentes y fundamentos sobre la Innovación Tecnológica y su aplicación en las Empresas
Temas
1.1. La globalización de la economía y su impacto en la gestión tecnológica
1.2. Esbozo histórico de la ciencia y la tecnología en México
1.3. La innovación tecnológica
1.4. La difusión de la tecnología
1.5. La propiedad industrial

UNIDAD II
La administración de proyectos tecnológicos
Objetivo particular
Establecer las etapas para la elaboración de proyectos tecnológicos
Temas
2.1. Conceptos básicos sobre la administración de proyectos tecnológicos
2.2. Formación de investigadores
2.3. Capacitación
2.4. Investigación y desarrollo

UNIDAD III	
La competitividad y el proceso de innovación tecnológica	
Objetivo particular	
Identificar los aspectos esenciales de la competitividad y su condición en México y el Mundo	
Temas	
3.1. Conceptos sobre la competitividad	
3.2. La competitividad en México	
3.3. La administración y su relación con la competitividad	

UNIDAD IV	
Modelos de transformación de empresas	
Objetivo particular	
Conocer y aplicar los modelos de transformación de las empresas	
Temas	
4.1. Reingeniería de procesos	
4.2. Benchmarking	
4.3. Alianzas estratégicas	
4.4. La Articulación productiva y la Asociatividad	

UNIDAD V	
La Innovación y el Mercado de la Tecnología	
Objetivo particular	
Establecer las condiciones para propiciar el desarrollo tecnológico y la innovación	
Temas	
5.1. El mercado de la tecnología	
5.2. Los aspectos técnicos	
5.3. Productos y tecnología	

TÉCNICAS DIDACTICAS Y ASPECTOS METODOLÓGICOS	
Aprendizaje:	
• Búsqueda y recuperación de información.	
• Análisis de información.	
• Lectura y redacción de textos.	
• Trabajo individual y equipo.	
• Participación en debates.	
Enseñanza:	
• Exposición de temas.	
• Coordinación del análisis individual y grupal	
EQUIPO NECESARIO	
• Computadoras personales.	
• Conexión a Internet.	
• Proyector.	
• Pizarrón y marcadores.	

BIBLIOGRAFÍA

- Strategic Management: Concepts: Competitiveness and Globalization. Michael A. Hitt, R. Duane Ireland, Robert E. Hoskisson. ISBN-13: 978-1-285-42517-7 ISBN-10:1-285-42517-0
- Administración estratégica competitividad y globalización: conceptos y casos Michael A. Hitt, R. Duane Ireland, Robert E. Hoskisson ; tr. Pilar Mascaró Sacristán Hitt, Michael A (2008) International Thomson Edi No. Ed 7

EVALUACIÓN			
SUMATIVA			
Aspecto para evaluar	Forma de evaluación	Evidencia	Porcentaje
Proyecto de investigación aplicado en el área de Innovación y estrategia directiva	Trabajo escrito	Reporte del proyecto	40%
Casos prácticos	Trabajo escrito	Diagnóstico, intervención y evaluación de algún caso.	30%
Exposición	Presentación oral	Exposición en plenaria sobre los temas tratados.	30%
		Total	100%

**UNIVERSIDAD VERACRUZANA
MAESTRÍA EN INNOVACIÓN Y
EMPRENDIMIENTO DE NEGOCIOS**

DATOS GENERALES	
Nombre del Curso	
Herramientas estadísticas y análisis de datos para la toma de decisiones	

PRESENTACIÓN GENERAL	
Justificación	
La experiencia educativa de Herramientas estadísticas y análisis de datos para la toma de decisiones brinda al estudiante los conocimientos, herramientas y habilidades matemáticas y estadísticas necesarios para el análisis de datos que conduzcan a la toma de decisiones objetivas en la solución de situaciones y problemas identificados, tomando en cuenta el entorno socio – económico y la innovación tecnológica, desarrollando las competencias que permitan la aplicación de conocimientos en contextos reales de trabajo.	

OBJETIVOS GENERALES DEL CURSO	
Contribuir al desarrollo de las competencias matemáticas, estadísticas y toma de decisiones objetivas en el estudiante para el análisis y solución de problemáticas en las organizaciones, a través del uso de herramientas estadísticas, que le permitan participar en el diseño e implementación de estrategias de innovación y emprendimiento de negocios.	

UNIDADES, OBJETIVOS PARTICULARES Y TEMAS	
UNIDAD 1	
Análisis de datos	
Objetivos particulares	
Proporcionar los conocimientos y habilidades necesarios para realizar el conteo, análisis y presentación de los datos para la toma de decisiones	
Temas	
1.1 Conceptos generales.	
1.2 Medidas de tendencia central.	
1.3 Medidas de dispersión.	
1.4 Distribución de frecuencias	
1.5 Gráficos.	
UNIDAD 2	
Estimación y muestreo	
Objetivos particulares	

Conocer y aplicar las herramientas de estimación y muestreo determinar el intervalo de confianza y tamaño de muestra en los estudios de investigación.

Temas
2.1 Conteo, permutaciones y combinaciones.
2.2 Distribuciones de probabilidad discretas y continuas
2.3 Nivel e intervalo de confianza
2.4 Determinación estadística del tamaño de muestra
UNIDAD 3
Prueba de hipótesis, regresión lineal y correlación
Objetivos particulares
Conocer y aplicar los distintos tipos de prueba de hipótesis, para muestras grandes y pequeñas, así como su aplicación en la regresión y correlación
Temas
3.1 Pruebas de hipótesis para medias.
3.2 Pruebas de hipótesis para proporciones
3.3 Prueba de hipótesis para varianzas.
3.4 Regresión lineal y mínimos cuadrados
3.5 Correlación
TÉCNICAS DIDÁCTICAS Y ASPECTOS METODOLÓGICOS
Aprendizaje:
Búsqueda y recuperación de información.
Análisis de información.
Lectura y redacción de textos.
Trabajo individual y equipo.
Participación en debates.
Enseñanza:
Exposición de temas.
Solución de casos
Coordinación del análisis individual y grupal.
EQUIPO NECESARIO
<ul style="list-style-type: none"> • Computadoras personales. • Conexión a Internet. • Proyector. • Pizarrón y marcadores.
BIBLIOGRAFÍA
<ul style="list-style-type: none"> • Lind, Douglas A., Marchal, William A., Wathen, Samuel A. Estadística aplicada a los negocios y la economía. Decimoséptima edición. Mc Graw Hill. México 2019 • Anderson D., Sweeney D., Williams T. Estadística para la administración y economía. Décima edición. Cengage Learning. México 2008. • Berenson M., Levine D., Krehbiel T. Estadística para administración. Sexta edición. Prentice Hall. México 2014. • Mendenhall, William. Introducción a la probabilidad y estadística. Catorceava edición. Cengage Learning. México 2014. • Levin, Richard I., Rubin, David, Estadística para administración y economía.

Séptima edición. Editorial Pearson educación. México 2004

- Kazmir, Leonard, Días Mata Alfredo. Estadística aplicada a la administración y economía. Segunda edición. Mc Graw Hill. México 1990

REFERENCIAS ELECTRÓNICAS (Última fecha de acceso:)

- Universidad Veracruzana. (2014). Biblioteca Virtual (Bases de datos, Repositorio Institucional y Libros e-Pearson). Obtenido de Universidad Veracruzana: <http://www.uv.mx/bvirtual/>
- UNAM (2014). Revista Digital Universitaria. Obtenido de la Universidad Nacional Autónoma de México: <http://www.revista.unam.mx/>

EVALUACIÓN SUMATIVA			
Aspecto a Evaluar	Forma de Evaluación	Evidencia	Porcentaje
Resolución de ejercicios y casos prácticos de los distintos temas.	Trabajo escrito	Portafolios de ejercicios y caos	20 %
Proyecto de aplicación de las herramientas a la solución de un caso real	Trabajo Escrito	Documento de análisis y aplicación del proyecto. Conclusiones al proyecto.	30 %
Proyecto de aplicación de las herramientas a la solución de un caso real	Presentación Oral	Presentación del proyecto ante el grupo	20 %
Examen general de conocimientos.	Examen	Examen	30 %
Total			100%

**UNIVERSIDAD VERACRUZANA
MAESTRÍA EN INNOVACIÓN Y
EMPRENDIMIENTO DE NEGOCIOS**

DATOS GENERALES	
Nombre del Curso	
Finanzas y dinámica empresarial	

PRESENTACIÓN GENERAL	
Justificación	
La Experiencia Educativa de Finanzas y Dinámica Empresarial proporciona al estudiante la oportunidad de fortalecer y de acrecentar sus conocimientos y habilidades en un entorno como el actual, en el que muchas empresas no son conscientes de las repercusiones que pueden tener sus decisiones financieras. En un entorno de crecimiento y estabilidad puede pasar desapercibida la relevancia de las decisiones financieras adoptadas, pero en un escenario de crisis y turbulencias económicas, cuando la situación económica arrastra perjudicialmente a las empresas, es cuando queda patente que las decisiones adoptadas en base a una buena formación y espíritu crítico suavizan las consecuencias y ayudan a comprender, desde un primer momento, qué está pasando y cómo resolver los problemas lo antes posible y de manera eficaz.	

OBJETIVOS GENERALES DEL CURSO	
Contribuir en la formación, preparación y desarrollo de competencias de análisis, inherentes a esta EE, para el adecuado ejercicio profesional del estudiante en las áreas relacionadas con las finanzas y la dinámica de la empresa, por ejemplo: operativas, financieras, de financiamiento, de inversión, etc. Además del manejo de instrumentos y metodologías, y el desarrollo y afianzamiento de habilidades para llevar a cabo, de manera eficaz y eficiente, la toma de decisiones. De esta manera, el estudiante podrá ayudar a prevenir resultados, mejorar la comprensión de los aspectos financieros, impulsar las decisiones de inversión seleccionadas y proponer datos para la predicción y control de la empresa.	

UNIDADES, OBJETIVOS PARTICULARES Y TEMAS	
UNIDAD 1	
Sistema financiero	
Objetivos particulares	
Conocer la estructura y las políticas del sistema financiero mexicano, lo cual implica ver a detalle las funciones de las diversas instituciones que lo integran, así como las políticas monetarias y financieras que estas aplican y los servicios que ofrecen. También, comprender el desarrollo de las relaciones financieras internacionales, de	

la estructura y funciones de las principales instituciones financieras internacionales para aprovechar las oportunidades que brinda el proceso de globalización.

Temas

- 1.1 Sistema financiero mexicano.
- 1.2 Estructura y clasificación.
- 1.3 Autoridades financieras.
- 1.4 Entidades reguladoras.
- 1.5 Instituciones operativas.
- 1.6 Instituciones de apoyo.
- 1.7 Sistema financiero internacional.

UNIDAD 2

Finanzas Corporativas

Objetivos particulares

El alumno analizará los efectos económicos de la toma de decisiones financieras en las empresas, a partir del conocimiento de las finanzas corporativas, su función, la creación de valor de los activos financieros, la inversión y el financiamiento teniendo como base los Estados Financieros, los cuales representan la realidad económica financiera de la empresa.

Temas

- 2.1 La corporación.
- 2.2 Propiedad y control.
- 2.3 La visión general de las Finanzas.
- 2.4 Los estados financieros: análisis e interpretación.
- 2.5 Activos reales y activos financieros.
- 2.6 Valor del dinero en el tiempo.
- 2.7 Crédito e inversión.
- 2.8 Riesgo y rendimiento.

UNIDAD 3

Proyectos de inversión

Objetivos particulares

El alumno estudiará y analizará los diversos aspectos que integran un proyecto de inversión, seleccionará la mejor opción entre diversas alternativas, que le permita a la empresa recuperar dicha inversión y generar las utilidades necesarias para la buena marca del negocio, por medio de una adecuada toma de decisiones.

Temas

- 3.1 Generalidades y conceptos básicos.
- 3.2 Estudio de mercado.
- 3.3 Estudio técnico.
- 3.4 Estudio financiero.
- 3.5 Estudio administrativo.
- 3.6 Evaluación integral.

UNIDAD 4
Dinámica empresarial
Objetivos particulares
El alumno será capaz de presentar una propuesta dinámica que potencialice a la empresa y resuelva sistemáticamente sus problemas, analizando sus oportunidades, amenazas y contexto, coadyuvando a la toma de decisiones oportunas y acertadas, orientadas al mercado y a la adaptación de sus decisiones.
Temas
<p>4.1 Dirección empresarial prospectiva.</p> <p>4.2 Potencial de utilidades.</p> <p>4.3 Riesgo y rendimiento.</p> <p>4.4 Solidez económica.</p> <p>4.5 Gestión de efectivo.</p> <p>4.6 Quiebra y liquidación.</p> <p>4.7 Fusiones y adquisiciones.</p>

TÉCNICAS DIDÁCTICAS Y ASPECTOS METODOLÓGICOS
Aprendizaje:
<ul style="list-style-type: none"> • Búsqueda y análisis de información. • Estudio de libros de texto. • Lectura y discusión de artículos. • Trabajo individual. • Participación asertiva. • Elaboración de reportes. • Presentaciones orales.
Enseñanza:
<ul style="list-style-type: none"> • Análisis de información. • Exposición de temas • Resolución de problemáticas. • Casos de estudios.

EQUIPO NECESARIO
Computadora personal
Internet
Pizarrón.
Proyector

BIBLIOGRAFÍA
Araujo Arévalo, David (2016). Proyectos de Inversión. Trillas, México.
Ortega Castro, Alfonso (2008). Introducción a las finanzas. McGraw Hill, México.
Berk, Jonathan; DeMarzo, Peter. (2008). Finanzas corporativas. Pearson, México.
Emery, Douglas R.; Finnerty, John D. (2000). Administración financiera corporativa. Prentice Hall, México.

EVALUACIÓN			
SUMATIVA			
Aspecto a evaluar	Forma de evaluación	Evidencia	Porcentaje
Investigación de temas	Presentación en tiempo y forma, oral y escrita. Pertinencia, claridad en el desarrollo de los temas.	Organizador clasificado de los temas.	30%
Formulación de propuesta dinámica. Primera entrega.	Pertinencia y congruencia de la propuesta.	Entrega de primer avance en tiempo y forma.	25%
Formulación de propuesta dinámica. segunda entrega.	Pertinencia y congruencia de la propuesta.	Entrega de segundo avance en tiempo y forma.	25%
Presentación de propuesta dinámica.	Claridad y congruencia en la presentación.	Presentación ante el grupo, clara y precisa.	20%
Total			100%

**UNIVERSIDAD VERACRUZANA
MAESTRÍA EN INNOVACIÓN Y
EMPRENDIMIENTO DE NEGOCIOS**

DATOS GENERALES
Nombre del Curso
Administración estratégica de proyectos emprendedores

PRESENTACIÓN GENERAL
Justificación
Ante la inestabilidad de los mercados globales, es necesario desarrollar en el emprendedor una visión integral de prospectiva de los ecosistemas que rodean a las organizaciones, ya que, si bien, éstos presentan amenazas, también ofrecen oportunidades de negocios. Es allí donde el emprendedor deberá estar atento a conocer e identificar los aspectos claves de la dinámica que se gesta continuamente para aprovechar dichas oportunidades a través del conocimiento y manejo de una herramienta fundamental en los sectores empresariales: la estrategia.
La experiencia educativa de Administración estratégica de proyectos emprendedores brinda al estudiante, los elementos conceptuales y metodológicos que le permitan construir estrategias <i>ad hoc</i> a la naturaleza de la empresa y su proyección al futuro, privilegiando la ventaja competitiva a partir de que desarrolle la capacidad para identificar los aspectos claves del entorno externo e interno y elegir la estrategia clave para implementarla desde una perspectiva de emprendedor y con ello conseguir la viabilidad y sostenibilidad de la organización a lo largo del tiempo.

OBJETIVOS GENERALES DEL CURSO
Gestionar estratégicamente de la idea de negocio al proyecto emprendedor a través de una propuesta de valor innovadora y diferenciada para posicionarla mediante su ventaja competitiva, aplicando la creación, formulación e implementación de una estrategia empresarial dirigida por el emprendedor quien aplicará sus diferentes roles asociados a la estrategia para aprovechar las oportunidades que brindan los mercados globales.

UNIDADES, OBJETIVOS PARTICULARES Y TEMAS
UNIDAD 1
Pensamiento y Liderazgo Estratégico
Objetivos particulares
Proporcionar los conocimientos necesarios para entender la conceptualización de estrategia, el pensamiento estratégico, y la creación de la estrategia para competir en un mercado determinado.

Temas
1.1 Conceptos de estrategia e innovación
1.2 Liderazgo estratégico
1.3 Creación de la estrategia

UNIDAD 2
Análisis del Entorno
Objetivos particulares
Proporcionar los conocimientos y habilidades para analizar el ecosistema de una organización y determinar los elementos clave que le permitan ofrecer un producto o servicio diferenciado y la implementación de la mejor estrategia.
Temas
1.1 Factores del entorno externo: Oportunidades y amenazas
1.2 Factores del entorno interno: Análisis de recursos y capacidades,
1.3 Creación de la Ventaja competitiva
1.4 Diferentes tipos de estrategias
1.5 Implementación de la estrategia

UNIDAD 3
El emprendedor en la implementación de la estrategia
Objetivos particulares
Conocer y seleccionar el rol más adecuado del emprendedor para la implantación exitosa de la estrategia.
Temas
3.1 El emprendedor como diseñador y constructor de la estrategia
3.2 La estrategia: una extensión personal del emprendedor
3.3 El emprendedor gestor de la estrategia basada en el entorno

TÉCNICAS DIDÁCTICAS Y ASPECTOS METODOLÓGICOS
Aprendizaje:
Búsqueda y recuperación de información.
Ánalisis de información.
Lectura y redacción de textos y de casos de estudio
Discusión dirigida
Trabajo individual y equipo.
Enseñanza:
Exposición de temas.
Diálogo dirigido y exposición de ideas.
Coordinación del análisis individual y grupal

BIBLIOGRAFÍA
Gutiérrez, E. (2016). <i>Competencias gerenciales: habilidades, conocimientos y aptitudes</i> . Bogotá: ECOEEditiones.

- Hill, C., Jones, G., & Schilling, M. (2015). *Administración estratégica. Teoría y casos un enfoque integral*. México: Cengage Learning.
- Hitt, M., Ireland, R., & Hoskisson, R. (2015). *Administración estratégica. Competitividad y globalización: conceptos y casos*. México: Cengage Learning.
- Lerma, A., & Bárcena, S. (2012). *Planeación estratégica por áreas funcionales, Guía práctica*. México: Alfaomega Grupo Editor.
- Osorio, F., Gálvez, E., & Murillo, G. (2010). La estrategia y el emprendedor: diversas perspectivas para el análisis. *Cuadernos de Administración. Universidad del Valle*. No. 43. Enero-Junio, 65-80.
- Thompson, A., Strickland, A., Janes, A., Sutton, C., Peteraf, M., & Gamble, J. (2018). *Administración estratégica. Teoría y casos*. México: McGrawHill.
- Uribe, M., & Reinoso, J. (2013). *Emprendimiento y Empresarismo*. Bogota : Ediciones de la U.
- Valencia-Arias, A., Gutiérrez, L., Montoya, L., Umba, A., & Montoya, I. (2017). Consideraciones acerca del emprendimiento estratégico como síntesis funcional de la identificación de oportunidades y la creación de ventajas competitivas. *Revista Virtual Universidad Católica del Norte*, 52, 143-159.

REFERENCIAS ELECTRÓNICAS (Última fecha de acceso:)

Universidad Veracruzana. (2014). Biblioteca Virtual (Bases de datos, Repositorio Institucional y Libros e-Pearson). Obtenido de Universidad Veracruzana: <http://www.uv.mx/bvirtual/>

EVALUACIÓN

SUMATIVA

Aspecto a Evaluar	Forma de Evaluación	Evidencia	Porcentaje
Planeación de la estrategia para el proyecto emprendedor	Trabajo escrito	Reporte con la planeación completa. Reporte de las aportaciones de la EE al proyecto.	20 %
Análisis y diseño de la estrategia del proyecto emprendedor	Trabajo escrito	Documento de análisis y diseño del proyecto. Reporte de las aportaciones de la EE al proyecto.	50%
Presentación de la implementación de la estrategia del Proyecto emprendedor	Presentación oral	Presentación en plenaria del proyecto innovador ante el comité de inversionistas	30%
Total			100%

**UNIVERSIDAD VERACRUZANA
MAESTRÍA EN INNOVACIÓN Y
EMPRENDIMIENTO DE NEGOCIOS**

DATOS GENERALES
Nombre del Curso
Social media y mercadotecnia digital

PRESENTACIÓN GENERAL
Justificación
Las tecnologías de la Información y Comunicación (TIC's) han revolucionado los procesos de negocios y la forma de hacerlos, se han roto muchos paradigmas con el apoyo de dichas tecnologías. El marketing digital es uno de los procesos que más ha evolucionado en ese sentido, principalmente apoyado por las redes sociales y las múltiples plataformas que hoy existen, es por ello, que es de vital importancia conocer y aplicar las herramientas digitales existentes para sacar la mayor ventaja de ellas y al menos costo para la comercialización de nuestros productos.

OBJETIVOS GENERALES DEL CURSO
Conocer la diversidad de herramientas digitales que existen hoy día para el manejo del marketing digital, conocer sus particularidades de manera general, para tener conocimiento de las ventajas y desventajas de cada una de ellas, así como, determinar la más conveniente para cada tipo de empresa.
Dominar al menos dos herramientas digitales para llevar a cabo el marketing digital orientado a giros de negocio específico.

UNIDADES, OBJETIVOS PARTICULARES Y TEMAS
UNIDAD 1
Social media y mercadotecnia digital
Objetivos particulares
Conocer Social Media Marketing o Marketing en Redes Sociales. Identificar los elementos básicos de una estrategia de Social Media Marketing.
Temas
1.1 ¿Qué es Social Media Marketing o Marketing en Redes Sociales?
1.2 Las redes sociales: ¿cuál es la mejor?
1.3 Elementos de una estrategia exitosa.

UNIDAD 2
Estrategias de Social Media Marketing
Objetivos particulares
Elaborar una estrategia de Social Media Marketing. Identificar las principales herramientas para la dirección de una estrategia de social media.
Temas
2.1 Cómo hacer una estrategia de Social Media Marketing. 2.2 Campañas de Ads. 2.3 Herramientas de medición de Social Media Marketing 2.4 Campañas exitosas de Social Media

TÉCNICAS DIDÁCTICAS Y ASPECTOS METODOLÓGICOS
Enseñanza
Exposición introductoria de los temas del curso.
Análisis de casos de estudio.
Discusión dirigida en foros virtuales
Revisión de material digital en la plataforma Eminus.
Aprendizaje
Análisis de material en formato electrónico.
Solución de casos de estudio.
Presentación oral en equipos de trabajo.
Discusiones grupales, presenciales y en foros virtuales.
Búsqueda de información en bases de datos y sitios especializados.

EQUIPO NECESARIO
Pizarrón.
Proyector.
Computadora.
Conexión a Internet.

BIBLIOGRAFÍA
Redes Sociales - Técnicas de Marketing Digital (Spanish Edition) (Español) Pasta blanda – 15 feb 2019. Staff Users.
Social media metrics: How to measure and optimize your marketing investment. J. Esterne.
The social media marketing book. D. Zarrella.

Otros Materiales de Consulta:
https://www.socialblabla.com/

EVALUACIÓN SUMATIVA			
Aspecto a Evaluar	Forma de Evaluación	Evidencia	Porcentaje
Conocimiento de las redes más utilizadas para el social media marketing	Presentar y explicar su contenido y uso	Presentación con diapositivas o en línea	20%
Campaña de marketing digital en una plataforma específica	Presentación e impacto	Presentación en línea	40%
Medición del impacto de una campaña de marketing digital	Herramientas de medición	Resultados obtenidos y graficados	40%
Total			100%

**UNIVERSIDAD VERACRUZANA
MAESTRÍA EN INNOVACIÓN Y
EMPRENDIMIENTO DE NEGOCIOS**

DATOS GENERALES	
Nombre del Curso	
Gestión y protección de la innovación en los negocios	
PRESENTACIÓN GENERAL	
Justificación	
La experiencia educativa gestión y protección de la innovación en los negocios brinda al estudiante la oportunidad de conocer el marco jurídico del Derecho de la Propiedad Intelectual en el ámbito nacional e internacional a fin de distinguir y proteger las creaciones tangibles e intangibles de sus creadores evitando actos de competencia desleal que afecten la imagen de la empresa, de sus productos y servicios que éstas ofrezcan al consumidor, orientándose al desarrollo integral de las competencias a través de la aplicación de conocimientos en contextos reales de trabajo organizacional y de emprendimiento, facilitando la vinculación entre el sector privado y Universidad.	

OBJETIVOS GENERALES DEL CURSO	
Contribuir en la protección jurídica de los proyectos de emprendimiento e innovación a partir del conocimiento del marco legal de la propiedad intelectual promoviendo el interés en el estudiante para distinguir las diferentes figuras de protección de los activos intangibles de las empresas que le permitan evitar actos de competencia desleal que generen un detrimiento en el capital de las organizaciones, mediante el registro de sus creaciones desarrolladas e implementadas en sus proyectos de intervención y/o investigación.	

UNIDADES, OBJETIVOS PARTICULARES Y TEMAS	
UNIDAD 1	
Derecho intelectual	
Objetivos particulares	
Distinguir las diferentes obras reguladas por los derechos de autor a fin de protegerlas evitando actos de competencia desleal.	
Temas	
1.1 Concepto de derecho intelectual.	
1.2 Clasificación.	
1.3 Sujetos del derecho de autor.	
1.4 Derechos conexos.	
1.5 Reserva de derechos.	
1.6 Business Software Alliance	
1.7 Contratos en materia de derechos de autor.	

UNIDAD 2	
Propiedad Industrial	
Objetivos particulares	
Conocer las diferentes figuras jurídicas derivadas de la propiedad industrial para identificar sus diferencias y comparar su procedimiento de protección.	
Temas	
2.1 Creaciones industriales.	
2.2 Patentes.	
2.3 Diseños industriales.	
2.4 Variedades vegetales	
2.5 Signos distintivos.	
2.6 Marcas y slogans.	
2.7 Denominaciones de origen	

UNIDAD 3	
Marco jurídico internacional	
Objetivos particulares	
Comparar los Tratados internacionales en materia de protección de creaciones industriales con el objeto de registrarlas y comercializarlas en el extranjero.	
Temas	
3.1 Organización Mundial de Propiedad Intelectual	
3.2 Convenio de París.	
3.3 Tratado de Cooperación en materia de patentes.	
3.4 Protocolo y Arreglo de Madrid.	
3.5 Arreglo de Niza.	
3.6 Arreglo de Nairobi.	
3.7 Arreglo de Locarno.	
3.8 Acuerdo de los Derechos de Propiedad Intelectual Relacionados con el Comercio (ADPIC)	

UNIDAD 4	
Transferencia de tecnología y contratos	
Objetivos particulares	
Fomentar el uso de mecanismos legales que permitan la protección de las creaciones intelectuales de sus autores para evitar el plagio o pérdida de su titularidad.	
Temas	
4.1 Licencias de uso.	
4.2 Franquicias.	
4.3 Nombres de dominio.	
4.4 Contratos de confidencialidad.	
4.5 Secreto industrial.	
4.6 Contratos laborales.	
4.7 Mecanismos de defensa.	
4.8 Represión de competencia desleal.	

TÉCNICAS DIDÁCTICAS Y ASPECTOS METODOLÓGICOS

Aprendizaje:

- Búsqueda y recuperación de información.
- Análisis de casos.
- Lectura y redacción de textos.
- Trabajo individual y equipo.
- Presentaciones orales.

Enseñanza:

- Exposición de temas.
- Cuadros comparativos.

EQUIPO NECESARIO

- Computadoras personales.
- Conexión a Internet.
- Proyector.
- Pintarrón y marcadores.
- Material de lectura

BIBLIOGRAFÍA

- Magaña Rufino José Manuel (2015) Estudios en materia de propiedad industrial e intelectual. Novum, México.
- Jalife Daher Mauricio, (2014). Derecho mexicano de la propiedad industrial, Tirant Lo Blanch, México.
- De la Parra Trujillo Eduardo. (2014). Introducción al derecho intelectual. México: Porrúa.
- Magaña Rufino José Manuel (2015) Estudios en materia de propiedad industrial e intelectual. Liber Iuris Novum. México.
- Michaus Romero Martín (2016). Estudios de derechos de autor y propiedad intelectual. Editorial Sista. México.
- Giménez Pereira Marta (2017). Efectos de la protección de las patentes farmacéuticas. Tirant Lo Blanch. México

EVALUACION SUMATIVA			
Aspecto a Evaluar	Forma de Evaluación	Evidencia	Porcentaje
Análisis Introducción Conclusión Redacción y ortografía Presentación en tiempo y forma Citas y fuentes	Trabajo Escrito	Reporte de investigación.	40 %
Respuestas correctas	Examen	Examen con clave	30%
Estructura Redacción y ortografía Nivel de reflexión Ideas centrales Opinión individual	Presentación Oral y Escrita	Reporte de lectura.	10 %
Dominio del tema Claridad Sin lectura Réplica Uso de recursos Coordinación con equipo	Presentación Oral	Exposición en plenaria sobre el proyecto realizado.	20%
Total			100%

UNIVERSIDAD VERACRUZANA
MAESTRÍA EN INNOVACIÓN Y
EMPRENDIMIENTO DE NEGOCIOS

DATOS GENERALES
Nombre del Curso
Taller de diseño de proyectos

PRESENTACIÓN GENERAL
Justificación
<p>Con el Taller de diseño de proyectos, damos inicio con el proceso para desarrollar un proyecto que tendrá dos finalidades, la titulación y la solución de un problema en su entorno profesional; el propósito es que el proyecto identifique un aspecto que se considere un área de oportunidad de mejora. En esta primera experiencia educativa se va a identificar, justificar y caracterizar la problemática, La experiencia educativa de Taller de diseño de proyectos brinda al estudiante la oportunidad de aplicar sus conocimientos y habilidades para solucionar un problema de su contexto, tomando en cuenta los fundamentos de la administración estratégica, innovación tecnológica y la tecnología de información, orientándose al desarrollo integral de las competencias a través de la aplicación de conocimientos en contextos reales de trabajo organizacional, facilitando la vinculación entre sector privado y Universidad.</p> <p>La solución que presente el proyecto debe tener viabilidad y factibilidad; en lo cual se trabajará desde este momento y hasta la titulación del posgrado.</p>

OBJETIVOS GENERALES DEL CURSO
Contribuir al desarrollo de las competencias del estudiante para la gestión de proyectos mediante el diagnóstico y solución de problemas para cualquier tipo de organización contribuyendo a la mejora e innovación de sus procesos.

UNIDADES, OBJETIVOS PARTICULARES Y TEMAS
UNIDAD 1
Fundamentos de la planificación de proyectos
Objetivos particulares
Analizar la planificación de un proyecto y su relación con la intervención innovadora a un problema definido en cualquier proceso de una organización.
Temas
1.1 Fundamentos de Proyectos de innovación
1.2 Conceptualización y caracterización de un Problema
1.3 Vínculo entre planeación, problema y proyecto
1.4 Justificación del Proyecto
1.5 Diagnóstico del contexto del problema
1.6 Objetivos del proyecto
1.7 Determinación del marco teórico referencial del proyecto

UNIDAD 2
Modelos metodológicos para el desarrollo de proyectos de innovación
Objetivos particulares
Seleccionar el modelo metodológico más adecuado para la solución de un proyecto.
Temas
2.1 Modelos metodológicos institucionales.
2.2 Herramientas estadísticas fundamentales de un proyecto.
2.3 Herramientas de planificación y control de un proyecto.

UNIDAD 3
Propuesta de innovación
Objetivos particulares
Presentar la propuesta de innovación del proyecto.
Temas
3.1 Delimitación del problema.
3.2 Justificación.
3.3 Diagnóstico contextual.
3.4 Objetivos.
3.5 Descripción de la propuesta.
3.6 Marco teórico referencial.
3.7 Metodología.
3.8 Cronograma.

TÉCNICAS DIDÁCTICAS Y ASPECTOS METODOLÓGICOS
Aprendizaje:
Búsqueda y recuperación de información.
Ánalisis de información.
Lectura y redacción de textos.
Trabajo individual y equipo.
Participación en debates.
Enseñanza:
Exposición de temas.
Coordinación del análisis individual y grupal.

EQUIPO NECESARIO
Computadora personal
Internet
Pizarrón.
Proyector

BIBLIOGRAFÍA

- Danhke, G. (1986). Investigación y comunicación. En C. Fernández-Collado y G. L. Neuman, W. L. (1994). Sodal research methods: Qualitative and quantitative approaches (2a. ed.). Needham Heights: Allyn and Bacon.
- Sellitz, C., Jahoda, M., Deutsch, M. y Cook, S. w. (1980). Métodos de investigación en las relaciones sociales [9a. ed.). Madrid: Rialp.
- Hernández & Rodríguez (2012). Administración. Teoría, Proceso, Áreas funcionales y Estrategias para la Competitividad. Mc Graw Hill
- Ruedas, Jesús. *Dirección y gestión de proyectos de tecnologías de la información en la empresa*, FC Editorial, 2016.
- Maigua, Gustavo, and Emmanuel López. *Buenas prácticas en la dirección y gestión de proyectos informáticos*, D - Editorial de la Universidad Tecnológica Nacional, 2012.

EVALUACIÓN			
SUMATIVA			
Aspecto a Evaluar	Forma de Evaluación	Evidencia	Porcentaje
Identificación y caracterización del problema	Trabajo Escrito	Documento de la identificación problema.	15%
Justificación del proyecto	Trabajo Escrito	Documento de la justificación del proyecto.	10%
Diagnóstico contextual	Trabajo Escrito	Documento con el Diagnóstico contextual del proyecto del proyecto.	15%
Propuesta	Trabajo Escrito	Documento con la descripción de la propuesta del proyecto.	5%
Objetivos	Trabajo Escrito	Documento con la formulación de los objetivos del proyecto.	5%
Marco Teórico Referencial	Trabajo Escrito	Documento con el marco teórico y contextual del proyecto.	20%
Presentación del avance del Proyecto de Innovación.	Presentación Oral	Presentación en plenaria del proyecto ante el comité tutorial.	30%
Total			100%

**UNIVERSIDAD VERACRUZANA
MAESTRÍA EN INNOVACIÓN Y
EMPRENDIMIENTO DE NEGOCIOS**

DATOS GENERALES
Nombre del Curso
Taller de consolidación de proyectos

PRESENTACIÓN GENERAL
Justificación
El carácter formativo terminal de esta experiencia educativa permite que el estudiante incorpore los conocimientos, habilidades y actitudes desarrolladas durante su proceso formativo de la maestría con el objeto de identificar, diseñar, proponer e implementar estrategias innovadoras en las organizaciones que contribuyan al desarrollo y bienestar social mediante la implementación de un proyecto emprendedor que atienda a cubrir necesidades en una organización.

OBJETIVOS GENERALES DEL CURSO
Proponer un proyecto emprendedor que impulse el dinamismo económico, social y competitivo en las organizaciones.

UNIDADES, OBJETIVOS PARTICULARES Y TEMAS
UNIDAD 1
Diagnóstico de la situación en la organización
Objetivos particulares
Identificar una necesidad o problemática que requiera ser atendida en una organización que sea acorde al propósito formativo de la maestría.
Valorar la viabilidad de realización de la propuesta de un proyecto emprendedor en la organización seleccionada.
Desarrollar el diagnóstico de la situación que impera en la organización.
Temas
1.1 Diagnóstico organizacional
1.2 Condiciones para llevar a cabo el diagnóstico organizacional
1.3 Etapas del diagnóstico organizacional.
1.4 Métodos y técnicas del diagnóstico funcional
1.5 Métodos y técnicas del diagnóstico cultural.

UNIDAD 2
Diseño de la estrategia emprendedora para la organización
Objetivos particulares
Revisar conceptos clave para el desarrollo de estrategias empresariales
Temas
<p>2.1 Estrategias empresariales.</p> <p>2.2 Estrategia de integración vertical.</p> <p>2.3 Estrategia de diversificación horizontal.</p> <p>2.4 Estrategia según el ámbito geográfico.</p> <p>2.5 Estrategias organizativas en unidades de negocio.</p> <p>2.6 Estrategias de negociación entre empresas.</p> <p>2.7 Estrategias funcionales y operativas.</p>

UNIDAD 3
Desarrollo de la estrategia innovadora en la organización
Objetivos particulares
Diseñar una estrategia innovadora en una organización
Temas
<p>3.1 Análisis de casos ejemplos sobre estrategias innovadoras en organizaciones</p> <p>3.2 Recomendaciones para el diseño de estrategias innovadoras en organizaciones.</p>

UNIDAD 4
Medición de los resultados obtenidos por la estrategia innovadora implementada
Objetivos particulares
Elaborar indicadores para medir los posibles resultados a obtener por la implementación de una estrategia innovadora en una organización
Temas
<p>4.1 Indicadores para la gestión de la calidad en proyectos</p> <p>4.2 Recomendaciones para la generación de indicadores de medición de la calidad en proyectos</p>

UNIDAD 5
Elaboración de informes y cierre del proyecto
Objetivos particulares
Proponer los elementos mínimos que debe contener el informe y cierre de un proyecto emprendedor para una organización
Temas
<p>5.1 Identificación de componentes de un informe final de un proyecto emprendedor.</p> <p>5.2 Revisión de aspectos clave para proyectos emprendedores.</p>

TÉCNICAS DIDÁCTICAS Y ASPECTOS METODOLÓGICOS

Las características del curso demandan que los alumnos atiendan las necesidades de una organización en particular mediante la generación de una propuesta de solución. Por ello, se propone manejarse como un curso-taller que requiere la aplicación de los conocimientos y habilidades de los alumnos para elaborar una estrategia innovadora. Para ello se revisarán libros especializados sobre la gestión del cambio tecnológico, gestión del cambio organizacional, transformación digital, y desarrollo de ideas que permitan el cambio en las organizaciones. Se pretende que la literatura sea de consulta con miras a trabajar en el desarrollo de un proyecto a través del cual se diagnostique un problema, se diseñe una estrategia innovadora, se desarrolle la estrategia, se proponga un esquema de medición de resultados y se documente los resultados y el informe final del proyecto. Por tanto, a lo largo del curso se propone la entrega parcial individual de diversos entregables del proyecto algunos de los cuales serán expuestos en clases de manera oral y otros tantos serán sujetos a un proceso de revisión y retroalimentación individual.

EQUIPO NECESARIO

Recursos audiovisuales.

Acceso a Internet.

Bases de datos de texto completo.

Equipo de cómputo.

BIBLIOGRAFÍA

Müller, Ralf, Drouin, Nathalie & Sankaran, Shankar. (2019). *Organizational Project Management: Theory and Implementation* (Elgar Introduction to Management and Organization Theory). USA: Edward Elgar Pub.

O'Brien, Gary, Xiao, Guo & Mason, Mike (2019). *Digital transformation game plan: 34 Tenets for masterfully merging technology and business*. USA: O'Reilly Media.
Ridley, Matt. (2020). *How Innovation Works: Serendipity, Energy and the Saving of Time*. USA: Fourth Estate.

Robinson, Alan & Schroeder, Dean M. (2020). *The Idea-Driven Organization. Unlocking the power in bottom-up ideas*. USA: Berret-Koehler Publishers.

Afullo, Augustine (2015). *Sample Entrepreneurship Project Proposal: A Guide Book for College Students Final Project*. USA: Createspace Independent Publishing Platform.

EVALUACIÓN			
SUMATIVA			
Aspecto a Evaluar	Forma de Evaluación	Evidencia	Porcentaje
Diagnóstico de las necesidades en la organización	Exposición oral grupal	Informe del diagnóstico	10%
Diseño de la estrategia emprendedora para la organización	Exposición oral grupal	Documento del diseño de la estrategia emprendedora	20%
Desarrollo de la estrategia innovadora en la organización	Revisión individual	Avances en el desarrollo de la estrategia emprendedora	20%
Medición de los resultados obtenidos por la estrategia innovadora implementada	Revisión individual	Propuesta de medición de los resultados	20%
Elaboración de informes y cierre del proyecto	Exposición oral grupal	Documento final completo del proyecto	30%
Total			100%

**UNIVERSIDAD VERACRUZANA
MAESTRÍA EN INNOVACIÓN Y
EMPRENDIMIENTO DE NEGOCIOS**

DATOS GENERALES
Nombre del Curso
Gestión del Talento Humano e Intraemprendimiento

PRESENTACIÓN GENERAL
Justificación
Gestionar a las personas que trabajan inducen a optimizar la manera en que colaboran en aras de los objetivos principales de su organización laboral, es tarea que exige estudio, dedicación, persistencia y sensibilidad. Hoy, la globalización del mercado confirma cada vez más la tesis relativa al recurso humano o el capital humano como el factor decisivo en la competitividad y más decisivo en la supervivencia empresarial, por lo que la ventaja competitiva básica de las empresas en el mundo globalizado del porvenir, en el mundo de inicios del siglo XXI, no radicará en sus recursos financieros, y ni tan siquiera en la tecnología: la ventaja competitiva radicará en el nivel de formación y desarrollo del talento humano. El intraemprendimiento por su parte busca que las personas generen ideas diferentes a través de comportamientos que favorezcan un clima de innovación orientado a la gestión que fomente la capacidad de agregar valor a la organización.

OBJETIVOS GENERALES DEL CURSO
El estudiante comprenderá y analizará la importancia del papel de la Gestión del Talento Humano en las organizaciones y cómo éstas logran sus objetivos, sin perder de vista su misión y al mismo tiempo proporcionar competitividad a la organización, proporcionando talento humano idóneo y motivador, así como incrementar la satisfacción en el trabajo, desarrollando y manteniendo la calidad de vida en el trabajo generando cambios a través del emprendimiento e innovación.

UNIDADES, OBJETIVOS PARTICULARES Y TEMAS
UNIDAD 1
La Gestión del Talento Humano en un ambiente dinámico y competitivo
Objetivos particulares
Puntualizar las soluciones que se han encontrado para administrar los recursos humanos (RR.HH) en las organizaciones.
Definir las características de la administración de recursos humanos en las organizaciones.
Temas
1.1 Gestión del talento humano
1.2 Las nuevas funciones de la gestión del talento humano
1.3 Administración de los talentos humanos y del capital intelectual
1.4 Modelo funcional de la gestión del talento humano

1.5 Composición del talento humano en las organizaciones

UNIDAD 2	
Capital Humano, Capital Intelectual y nuevas tecnologías de la información y las comunicaciones (NTIC)	
Objetivos particulares	
Caracterizar la necesidad de desarrollar y aplicar sistema de RR.HH en las empresas, en búsqueda de aumento de productividad del trabajo. Orientar la integración de concepciones y técnicas sobre el tratamiento del capital humano y el capital intelectual, con concepciones y técnicas comprendidas en las nuevas tecnologías de la información y las comunicaciones.	
Temas	
2.1 Introducción 2.2 Capital Humano y capital intelectual 2.3 Las NTIC y su impacto en la Gestión de Recursos Humanos 2.4 El e-RR.HH	

UNIDAD 3	
Intraemprendimiento del Talento Humano	
Objetivos particulares	
Revisar las principales variables macroeconómicas Indagar acerca del papel del Estado como rector de la política económica. Examinar el papel del entorno internacional en las decisiones del Estado.	
Temas	
3.1 Que es el intraemprendimiento 3.2 Distinción entre emprendedor e intraemprendedor 3.2 Las fuerzas que impulsan a innovar 3.3 Etapas del intraemprendimiento 3.4 Las 5 palancas del emprendimiento 3.5 Factores que definen a un intraemprendedor 3.5 El aprendizaje para impulsar el intraemprendimiento en organizaciones complejas	

TÉCNICAS DIDÁCTICAS Y ASPECTOS METODOLÓGICOS

Enseñanza Exposición introductoria de los temas del curso. Análisis de casos de estudio. Discusión dirigida en foros virtuales Revisión de material digital en la plataforma Eminus.
Aprendizaje Solución de casos de estudio. Presentación oral en equipos de trabajo. Discusiones grupales, presenciales y en foros virtuales. Búsqueda de información en bases de datos y sitios especializados.

EQUIPO NECESARIO

Pizarrón.
Proyector.
Computadora.
Conexión a Internet.

BIBLIOGRAFÍA

1. Cuesta Santos Armando (2017): Gestión del Talento Humano y del Conocimiento. Ediciones ECOE.
2. Chiavenato, I. (2011). Administración de Recursos Humanos, el capital humano de las organizaciones. Edit. MacGraw-Hill.
3. Chiavenato, I. (2008). Gestión del Talento Humano, Edit. McGraw-Hill.
4. Rodríguez, A. y Ojeda, E. (2013): Emprendimiento Social: Un Concepto en busca de la sostenibilidad. DEBATES IESA, Vol. XVIII, núm.4, pág. 49-52.
5. Vallejo, C, L.M. (2016). Gestión del Talento Humano. Edición ESPOCH, Ecuador.
6. Carreño, V.D.V; Molina, Q.C.A; Granda, G.M.I. y Mero, V.F. (2020): Gestión del Talento Humano, en cooperativas de emprendimiento rural. Revista Interdisciplinaria de Humanidades. Educación, Ciencia y Tecnología, Vol. VI, núm. 10, Enero-Julio.
7. Ahumada, M.C. (2013): Las competencias aplicadas al emprendimiento. Escenarios, Vol. 11, núm. 1, pág. 44-56.
8. González, E. y Olivié, C. (2018). Empresa Familiar, emprendimiento e intraemprendimiento. EAE Business School.

REFERENCIAS ELECTRÓNICAS (Última fecha de acceso:)

1. Pardo, E.C.E. y Porras, J.J.A. (2011): Gest. Soc. Julio-Diciembre, pág. 167-183.
2. Radrigan, R.M.H; Dávila, R.A.M. y Penoglia, V.F.E. (2012): Gestión y Liderazgo en los emprendimientos sociales. POLIS, Revista Latinoamericana, núm. 32, página 1-21.
3. Rodríguez, A. y Ojeda E. (2013): Emprendimiento Social: Un concepto en busca de sostenibilidad. DEBATES IESA, vol. XVIII, núm. 4, Octubre-Diciembre.

EVALUACIÓN			
SUMATIVA			
Aspecto a Evaluar	Forma de Evaluación	Evidencia	Porcentaje
Análisis de estudio de casos	Discusión y análisis individual y grupal de casos relacionados con el objeto de estudio.	Foro de Discusión en la plataforma EMINUS	25%
Realizar ensayos a partir de diferentes lecturas relacionadas con el objeto de estudio	Presentación oral de temas relacionados al objeto de estudio.	Exposición en clase y entrega de los ensayos a partir de las diferentes lecturas.	40%
Exposición oral de estudios empíricos y teóricos a nivel nacional e internacional relacionados con el objeto de estudio	Presentación oral con recursos electrónicos	Presentación en el aula y archivos de soporte cargados en la plataforma Eminus.	35%
Total			100%

EXPERIENCIAS EDUCATIVAS OPTATIVAS

UNIVERSIDAD VERACRUZANA MAESTRÍA EN INNOVACIÓN Y EMPRENDIMIENTO DE NEGOCIOS

DATOS GENERALES
Nombre del Curso
Public Policies for Enhancing Entrepreneurship

PRESENTACIÓN GENERAL
Justificación
In a context of high competitiveness at the international level, which is driven by innovation and entrepreneurship, the role of public policies is essential to promote the creation of companies, thus encouraging job creation and energizing the national economy. Therefore, it is necessary to review the public policies promoted by the government of our country to achieve this task, as well as analyze good practices at the international level.

OBJETIVOS GENERALES DEL CURSO
Review the state of public policies in Mexico for the promotion of innovation and entrepreneurship.
Analyze good practices internationally by leading countries in these issues.

UNIDADES, OBJETIVOS PARTICULARES Y TEMAS
UNIDAD 1
The relevance of public policies to boost competitiveness
Objetivos particulares
Study the main concepts associated with the field of public policies.
Investigate the participation of the private and social sectors in the design and implementation of public policies.
Temas
1.1 Introduction to public policies.
1.2 The evolution of public policies in the 21 st century.
1.3 Participation of economic agents in public policies.
1.4 The scope of public policies to enhance competitiveness.
1.5 Mechanisms to boost competitiveness through public policies.

UNIDAD 2
State of public policies in Mexico to promote innovation and entrepreneurship
Objetivos particulares
Analyze the role of Mexican Federal Government to propel innovation and entrepreneurship in the 21 st century.
Review the state of public policies in these topics during current administration.
Temas
2.1 The Mexican National Development Plan for the period 2000-2006 in terms of innovation and entrepreneurship.
2.2 The Mexican National Development Plan for the period 2007-2012 in terms of innovation and entrepreneurship.
2.3 The Mexican National Development Plan for the period 2013-2018 in terms of innovation and entrepreneurship.
2.4 The Mexican National Development Plan for the period 2018-2024 in terms of innovation and entrepreneurship.

UNIDAD 3
Good practices internationally in public policies to promote innovation and entrepreneurship
Objetivos particulares
Review the role of international institutions to promote innovation and entrepreneurship through public policies.
Compare the state of public policies in these issues among regions.
Temas
3.1 OECD contribution to foster innovation and entrepreneurship through public policies.
3.2 WEF as a channel to disseminate tools for innovation and entrepreneurship.
3.3 Good practices among European Countries.
3.4 Good practices among North American Countries.
3.5 Good practices among Asian countries.

TÉCNICAS DIDÁCTICAS Y ASPECTOS METODOLÓGICOS
Teaching
Introductory presentation of the course topics.
Analysis of case studies.
Directed discussion in virtual forums
Review of digital material on the Eminus platform.
Learning
Analysis of material in electronic format.
Case study solution.
Oral presentation in work teams.
Group discussions, face-to-face and in virtual forums.
Information search in databases and specialized sites

EQUIPO NECESARIO

Blackboard.
Projector.
Computer & Internet connection

BIBLIOGRAFÍA

- Bennett, R. (2014). Entrepreneurship, Small Business and Public Policy: Evolution and revolution. Routledge.
- Fabian, M. & Breunig, R. (2018). Hybrid Public Policy Innovations. Contemporary policy beyond ideology. Routledge.
- Malerba, F., Caloghirou, Y., Mckelvey, M. & Radocevic, S. (2015). Dynamics of Knowledge Intensive Entrepreneurship. Business strategy and public policy. Routledge.

REFERENCIAS ELECTRÓNICAS (Última fecha de acceso:)

- Bank of Mexico <https://www.banxico.org.mx/>
- Ministry of Economy <https://www.gob.mx/se/>
- Secretariat of Finance and Public Credit. <https://www.gob.mx/hacienda>
- International Monetary Fund <https://www.imf.org/external/spanish/index.htm>
- World Bank. <https://www.bancomundial.org/>
- World Economic Forum. <https://es.weforum.org/>

EVALUACIÓN

SUMATIVA

Aspecto a Evaluar	Forma de Evaluación	Evidencia	Porcentaje
Analysis of the main concepts of public policies analysis	Review of readings and solution of trigger questions	Electronic document submitted on the Eminus platform	20%
Application of the fundamentals of public policies in case studies.	Analysis and proposals for solution to case studies.	Participation in virtual forums of the Eminus platform	35%
Identification of the impact of good practices in public policies to promote innovation and entrepreneurship among regions.	Oral presentation with electronic resources	Presentation in the classroom and support files loaded on the Eminus platform.	35%
Application of the main concepts of public policies.	Solution of theoretical questions and exercises	Exam solution on the Eminus platform	10%
Total			100%

UNIVERSIDAD VERACRUZANA
MAESTRÍA EN INNOVACIÓN Y
EMPRENDIMIENTO DE NEGOCIOS

DATOS GENERALES
Nombre del Curso
New trends in innovation & entrepreneurship

PRESENTACIÓN GENERAL
Justificación
From the beginning of 21 st century, innovation and entrepreneurship represent two fundamental topics in the global agenda. Then, private organizations, public agencies and international institutions have contributed to their development, bringing new trends in these matters. Therefore, it is relevant to study recent issues that affect the performance of organizations, its rate of innovation and the success of entrepreneurial projects.

OBJETIVOS GENERALES DEL CURSO
Review the new trends in the study of innovation.
Detect emerging issues in the field of entrepreneurship.

UNIDADES, OBJETIVOS PARTICULARES Y TEMAS
UNIDAD 1
New trends in innovation
Objetivos particulares
Review recent topics in business innovation.
Inspect future issues in business innovation.
Temas
1.1 Recent topics in business innovation.
1.2 Future matters in business innovation.

UNIDAD 2
Emerging issues in the scope of entrepreneurship
Objetivos particulares
Acknowledge recent topics in entrepreneurship.
Examine future issues in entrepreneurial culture.
Temas
2.1 Recent issues in entrepreneurship.
2.2 Future topics in entrepreneurial culture.

UNIDAD 3
Contribution of innovation and entrepreneurship to global economy
Objetivos particulares
Inspect the state of innovation and entrepreneurship contribution to global economy. Review prospect contribution of innovation and entrepreneurship in the global economy in coming years.
Temas
3.1 State of innovation and entrepreneurship contribution to global economy. Main reports. 3.2 Prospect contribution of innovation and entrepreneurship in the global economy in coming years. Forecast from international institutions.

TÉCNICAS DIDÁCTICAS Y ASPECTOS METODOLÓGICOS
Teaching Introductory presentation of the course topics.
Analysis of case studies.
Directed discussion in virtual forums
Review of digital material on the Eminus platform.
Learning Analysis of material in electronic format. Case study solution. Oral presentation in work teams. Group discussions, face-to-face and in virtual forums. Information search in databases and specialized sites

EQUIPO NECESARIO
Blackboard.
Projector.
Computer.
Internet connection

BIBLIOGRAFÍA
Cornell, C. (2017). The Age of Metapreneurship: A Journey into the Future of Entrepreneurship. Venture Point Press.
Kotler, S. & Wheal, J. (2017). Stealing Fire: How Silicon Valley, the Navy SEALs, and Maverick Scientists Are Revolutionizing the Way We Live and Work. Dey Street Books.
Morabito, V. (2016). The future of digital business innovation: Trends and practices. Springer.

REFERENCIAS ELECTRÓNICAS (Última fecha de acceso:)
Official sites of the following institutions and agencies:
Bank of Mexico https://www.banxico.org.mx/
Ministry of Economy https://www.gob.mx/se/

Secretariat of Finance and Public Credit. <https://www.gob.mx/hacienda>
 International Monetary Fund <https://www.imf.org/external/spanish/index.htm>
 World Bank. <https://www.bancomundial.org/>
 World Economic Forum. <https://es.weforum.org/>

Otros Materiales de Consulta:

YouTube Channels

The Economist. <https://www.youtube.com/user/VideoEIeconomista>

The Bloomberg Financial. <https://www.youtube.com/user/FinancieroMexico>

Forbes Mexico <https://www.youtube.com/user/forbesmexico>

EVALUACIÓN			
SUMATIVA			
Aspecto a Evaluar	Forma de Evaluación	Evidencia	Porcentaje
Analysis of the state of innovation and entrepreneurship.	Review of readings and solution of trigger questions	Electronic document submitted on the Eminus platform	30%
Identification of the impact of future trends in innovation and entrepreneurship among different activities.	Oral presentation with electronic resources	Presentation in the classroom and support files loaded on the Eminus platform.	40%
Application of the main concepts related to future trends in innovation and entrepreneurship.	Solution of case studies.	File submitted through Eminus platform.	30%
Total			100%

UNIVERSIDAD VERACRUZANA
MAESTRÍA EN INNOVACIÓN Y
EMPRENDIMIENTO DE NEGOCIOS

DATOS GENERALES
Nombre del Curso
Innovación, crecimiento económico y desarrollo social

PRESENTACIÓN GENERAL
Justificación
El inicio del siglo veintiuno se ha caracterizado por una clara tendencia hacia la innovación en los procesos productivos, la satisfacción de necesidades y la intensa competencia en los mercados. No obstante, esta dinámica no se ha traducido en un patrón de crecimiento económico a nivel global y tampoco ha impulsado el desarrollo social de forma homogénea. Con base en lo anterior, este curso se enfoca en el análisis de la forma en que la innovación puede generar efectos positivos en distintas esferas, tomando como referencia buenas prácticas a nivel internacional y las recomendaciones de las organizaciones internacionales.

OBJETIVOS GENERALES DEL CURSO
Revisar la evolución de los procesos de innovación en los negocios en el siglo veinte.
Cotejar el papel de la innovación en el siglo veintiuno como mecanismo promotor del crecimiento económico y desarrollo social.
Comparar distintas prácticas a nivel internacional a favor de estos cometidos.

UNIDADES, OBJETIVOS PARTICULARES Y TEMAS
UNIDAD 1
Evolución de la innovación en los negocios durante el siglo veinte
Objetivos particulares
Revisar las principales escuelas y modelos promotores de la innovación durante el siglo pasado.
Indagar acerca de las primeras prácticas de innovación en los negocios en el siglo veinte.
Temas
1.1 El panorama de la innovación a inicios del siglo veinte.
1.2 Innovación en los negocios: principales hallazgos hasta mediados de siglo.
1.3 La aparición de la innovación digital.
1.4 Modelos de innovación empresarial a finales del siglo veinte.
1.5 Innovación, crecimiento económico y desarrollo social. Enfoque del siglo veinte.

UNIDAD 2
La innovación como característica de los negocios en el siglo veintiuno
Objetivos particulares
Analizar el papel de la innovación en los modelos de negocios de este siglo.
Cotejar la aportación de la innovación al crecimiento y desarrollo.
Temas
2.1 Modelos de innovación de negocios.
2.2 Crecimiento económico con base en la innovación.
2.3 Aporte de la innovación al desarrollo social.
2.4 Innovación social.
2.5 Desafíos de la innovación de cara a la diseminación del desarrollo social.

UNIDAD 3
Buenas prácticas a favor de la innovación como mecanismo promotor del crecimiento y desarrollo.
Objetivos particulares
Indagar acerca de las mejores prácticas en estos tópicos en distintas regiones.
Revisar el papel de las instituciones y organismos internacionales en esta materia.
Temas
3.1 El modelo de triple hélice.
3.2 Las universidades como instituciones generadoras de innovación.
3.3 Buenas prácticas en países asiáticos.
3.4 Buenas prácticas en países europeos.
3.5 Buenas prácticas en países norteamericanos.
3.6 El papel de la OCDE y el FEM como organismos promotores de la innovación.

TÉCNICAS DIDÁCTICAS Y ASPECTOS METODOLÓGICOS
Enseñanza
Exposición introductoria de los temas del curso.
Ánalisis de casos de estudio.
Discusión dirigida en foros virtuales
Revisión de material digital en la plataforma Eminus.
Aprendizaje
Análisis de material en formato electrónico.
Solución de casos de estudio.
Presentación oral en equipos de trabajo.
Discusiones grupales, presenciales y en foros virtuales.
Búsqueda de información en bases de datos y sitios especializados.

EQUIPO NECESARIO
Pizarrón.
Proyector.
Computadora.
Conexión a Internet.

BIBLIOGRAFÍA

- Christensen, C. (2016). The Innovator's Dilemma: When New Technologies Cause Great Firms to Fail (Management of Innovation and Change). Harvard Business Review Press; Edición: Reprint.
- Millard, A. (1993). Edison and the Business of Innovation (Johns Hopkins Studies in the History of Technology). Johns Hopkins University Press.
- Seelos, C. & Mair, J. (2017). Innovation and Scaling for Impact: How Effective Social Enterprises Do It. Stanford Business Books.
- Shlaes, A. (2019). Great society. A new story. Harper.
- Vergara, D. (2017). Crecimiento económico: innovación y empleo. Instituto de Investigaciones Económicas. UNAM.

REFERENCIAS ELECTRÓNICAS (Última fecha de acceso:)

- Bank of Mexico <https://www.banxico.org.mx/>
- Ministry of Economy <https://www.gob.mx/se/>
- World Bank. <https://www.bancomundial.org/>
- World Economic Forum. <https://es.weforum.org/>

EVALUACIÓN			
SUMATIVA			
Aspecto a Evaluar	Forma de Evaluación	Evidencia	Porcentaje
Análisis de los principales conceptos vinculados a la relación entre innovación, crecimiento económico y desarrollo social.	Revisión de lecturas y solución de preguntas detonantes	Documento electrónico entregado en la plataforma Eminus	20%
Casos de estudio sobre innovación, crecimiento económico y desarrollo social.	Ánalisis y propuestas de solución a casos de estudio.	Participación en foros virtuales de la plataforma Eminus	35%
Identificación del impacto de la innovación en el crecimiento y bienestar.	Presentación oral con recursos electrónicos	Presentación en el aula y archivos cargados en la plataforma Eminus.	35%
Aplicación de los principales conceptos vinculados a los modelos que explican la relación entre innovación, crecimiento económico y bienestar social.	Solución de preguntas teóricas y ejercicios.	Solución del examen en la plataforma Eminus	10%
Total			100%

UNIVERSIDAD VERACRUZANA
MAESTRÍA EN INNOVACIÓN Y
EMPRENDIMIENTO DE NEGOCIOS

DATOS GENERALES
Nombre del Curso
Change Management

PRESENTACIÓN GENERAL
Justificación
This subject allows the student to incorporate the knowledge, skills and attitudes developed during their formative process of the master's degree in order to identify, design, propose a project that encourages technological change in an organization.

OBJETIVOS GENERALES DEL CURSO
Propose a Project that promotes Technological Change for an Organization.

UNIDADES, OBJETIVOS PARTICULARES Y TEMAS
UNIDAD 1
Introduction to Change Management
Objetivos particulares
Describe key principles about Change Management
Temas
1.1 Introduction to Change Management
1.2 The Philosophy and Evolution of Change Management
1.3 Making the Case for Change Readiness

UNIDAD 2
Understand the Models of Change Management
Objetivos particulares
Review the Change Life Cycle
Review the Models of Change Management
Temas
2.1 Brief description of 12 models of Change Management
2.2 Life Cycle of Change Management

UNIDAD 3
Culture Change Management (CCM)
Objetivos particulares
Describe key elements of Culture Change Management

Temas
3.1 Change Management and Organization Design Projects
3.2 Culture Change Management (CCM) Model

UNIDAD 4
Critical Success Factors (CSF) of Culture Change Management (CCM)
Objetivos particulares
Review the main success factors that influenced in CCM Projects
Temas
4.1 CSF#1. Establish Measurable Culture Change Business Goals 4.2 CSF#2. Align Business Culture and Operations 4.3 CSF#3. Get Executive Support Up Front 4.4 CSF#4. Let Business Goals Drive Change Management Functionality 4.5 CSF#5. Minimize Customization by Leveraging Out-of-box Functionality 4.6 CSF#6. Use of Trained and Experienced Consultants 4.7 CSF#7. Actively Involve End Users in the Design Effort 4.8 CSF#8. Invest in Training to Empower End Users 4.9 CSF#9. Use a Phased Rollout Schedule 4.10 CSF#10. Measure, Monitor, and Accelerate Creating a Culture of Assessment for Change Management

TÉCNICAS DIDÁCTICAS Y ASPECTOS METODOLÓGICOS
The characteristics of the course require students to meet the needs of a particular organization by generating a proposal that encourages technological change. Therefore, it is proposed to be managed as a workshop-course that requires the application of students' knowledge and skills to develop a strategy of technological change for an organization. For this, specialized books on the management of technological change will be reviewed. The literature is intended to consult with a view to analyzing case studies, designing a strategy of technological change and outlining a project for an organization. Therefore, throughout the course the revision of key readings, the preparation of an essay on the subject of interest and the presentation of a proposal of technological change for an organization are proposed. Therefore, the individual delivery of advances, the oral presentation in class, as well as the delivery of documents in English (essay and project proposal) for individual review and feedback are planned.

EQUIPO NECESARIO
Audiovisual resources.
Internet Access.
Full-text Databases.
Desk or Personal Computer.

BIBLIOGRAFÍA

- Andler, Nicolai. (2020). Tools for Coaching, Leadership and Change Management: A most complete Compendium of Tools and Techniques for Working Smarter with People. UK: Publicis MCD Werbeagentur GmbH.
- Cameron, Esther & Green Mike (2019). Making sense of Change Management: A complete guide to the Models, Tools and Techniques of Organizational Change. USA: Kogan page.
- Goncalves, Vicente & Campos, Carla (2018). HCMBOK The Human Change Management Body of Knowledge. Third Edition. USA: CRC Press, Taylor & Francis Group.
- Little, Jason. (2014). Lean Change Management: Innovative practices for managing organizational change. USA: Happy Melly Express.
- Smith, Richard; King, David; Sidhu, Ranjit & Skelsey, Dan. (2014). The Effective Change Manager's Handbook: Essential Guidance to the Change Management Body of Knowledge. UK: Kogan Page.

EVALUACIÓN

SUMATIVA

Aspecto a Evaluar	Forma de Evaluación	Evidencia	Porcentaje
Critical Reading of materials in English	Individual Oral Exposition	Reading Reports	30%
Essay about the Management of Technological Change in English	Individual Review	Essay Document	30%
Proposal of a Technological Change Project for an Organization	Oral Exposition	Proposal Document	40%
Total			100%

UNIVERSIDAD VERACRUZANA
MAESTRÍA EN INNOVACIÓN Y
EMPRENDIMIENTO DE NEGOCIOS

DATOS GENERALES
Nombre del Curso
Emprendimiento y comercio exterior

PRESENTACIÓN GENERAL
Justificación
<p>El emprendimiento es una estrategia para enfrentar los cambios actuales y las crisis siendo un instrumento de desarrollo económico mundial dando la oportunidad de emprender a empresas con posibilidades de internacionalización, analizando las características del comercio exterior para su éxito en un mercado diferente al nacional. La experiencia educativa de Emprendimiento y Comercio Exterior brinda al estudiante la oportunidad de fortalecer sus conocimientos y habilidades para emprender un negocio internacional utilizando herramientas como la inteligencia comercial para encontrar oportunidades de negocios así como el conocimiento que se requiere de las distintas normativas a las que generalmente el comercio exterior se encuentra sujeto, orientándose al desarrollo integral de las competencias a través de la aplicación de conocimientos en contextos reales de empresas emprendedoras que han logrado la internacionalización, facilitando la vinculación entre sector privado y Universidad.</p>

OBJETIVOS GENERALES DEL CURSO
Contribuir en el estudiante al desarrollo de las competencias emprendedoras hacia mercados globales, analizando para una correcta toma de decisiones las distintas normativas que cada país impone para comprar o vender productos entre países en el marco del comercio exterior, a través de la realización de proyectos de intervención o investigación sobre emprendimiento internacional.

UNIDADES, OBJETIVOS PARTICULARES Y TEMAS
UNIDAD 1
El emprendimiento internacional
Objetivos particulares
Comprender la importancia que tiene el emprendimiento internacional para el desarrollo de un país y para la misma empresa generando posibilidades de diversificación de mercados y así tener alternativas en momentos de incertidumbre conociendo las tendencias en el emprendimiento global.
Temas
1.1 Conceptualización del emprendimiento internacional
1.2 La innovación y la creatividad en el emprendedurismo para mercados globales
1.3 Tendencias de emprendimiento global
1.4 La importación y la exportación como opción de emprendimiento

UNIDAD 2
Importancia del comercio exterior para emprender en los mercados internacionales
Objetivos particulares
Conocer los requisitos necesarios para la internacionalización de una empresa respecto al comercio exterior.
Temas
2.1 Documentación básica en el proceso de exportación 2.2 Obstáculos técnicos al comercio incluyendo cooperación regulatoria. 2.3 Documentos que avalen el cumplimiento de las regulaciones y restricciones no arancelarias: certificados sanitarios, certificados de calidad, permisos, etc. 2.4 Regulaciones para el empaque, envase y embalaje de productos a exportar

UNIDAD 3
Exportación para pymes
Objetivos particulares
Saber reconocer las oportunidades de exportación, evaluarlas y elaborar un plan de exportación que les permita tener éxito en nuevos mercados.
Temas
3.1 Perfil de la empresa 3.2 Análisis del producto 3.3 Análisis del mercado 3.4 Análisis financiero
UNIDAD 4
Digitalización en los negocios internacionales
Objetivos particulares
Diseñar nuevas formas de negocio electrónico a las empresas emprendedoras en la elaboración de los planes de negocios aprovechando el uso de las nuevas tecnologías de la información y de esta manera desarrollando la competitividad de la misma.
Temas
4.1 Comercio electrónico 4.2 Comercio Transfronterizo 4.3 Oportunidades para el e-Commerce Transfronterizo Mexicano 4.4 Elementos para la estrategia del e-Commerce 4.5 Mercados más importantes del e-Commerce 4.6 Marketplace más importantes por región 4.7 Las nuevas generaciones del cambio 4.8 Importancia de las Redes Sociales 4.9 Plataforma Marketplace B2B

TÉCNICAS DIDÁCTICAS Y ASPECTOS METODOLÓGICOS

Enseñanza:

- Organización de grupos colaborativos
- Estudio de casos
- Dirección de prácticas
- Exposición con apoyo tecnológico variado
- Dirección de proyectos de investigación
- Elaboración del Plan de Negocios

Aprendizaje:

- Lectura, síntesis e interpretación
- Estudio de casos
- Consultas bibliográficas
- Lluvia de ideas^[1]
- Participación activa y reflexiva

EQUIPO NECESARIO

Computadora personal

Internet

Pizarrón.

Proyector

BIBLIOGRAFÍA

Longenecker, J.G., Palich, L.E., Petty, J.W. & Hoy, F. (2012). Administración de Pequeñas Empresas, Lanzamiento y Crecimiento de Iniciativas de Emprendimiento (16° Ed.). México: Cengage Learning.

Alcaraz, R.R. (2011). El Emprendedor de Éxito (4ª Ed.). México: McGraw Hill/Interamericana Editores, S.A. de C.V.

Morales, T.C. (2018). Exportación para pymes: Cómo detectar, analizar y planear negocios de exportación (1ª Ed.). México: Ecoe Ediciones.

PROMEXICO, Plan de Negocios Internacional de Exportación, Gobierno Federal. México (2010).

Porter M.E. Ser Competitivo. Editorial Deusto. México 2017

REFERENCIAS ELECTRÓNICAS (Última fecha de acceso:)

Marketplace B2B, BUSINESS TO BUSINESS. Recuperado de <https://www.hechoenmexicob2b.com>. Consultado 7 de diciembre de 2019.

Bancomext (Fintech en el Mundo: La Revolución Digital de las Finanzas ha llegado a México (2018). Recuperado de <https://www.bancomext.com/wp-content/uploads/2018/11/Libro-Fintech.pdf>

Guía práctica para exportar. Secretaría de Economía. Sistema nacional de orientación al exportador. Recuperado de

<http://www.contactopyme.gob.mx/archivos/snoe/6.pdf>. Consultado el 6 de diciembre de 2019Subsecretaría de Comercio Exterior.

EVALUACIÓN			
SUMATIVA			
Aspecto a Evaluar	Forma de Evaluación	Evidencia	Porcentaje
Exposición equipo	Criterios para exposición en lista de cotejo	Lista de cotejo	25 %
Investigaciones y tareas	Entrega de tareas asignadas y de investigación, así como el contenido pertinente.	Tareas e Investigaciones en EMINUS	25 %
Proyecto final	Contenido del proyecto final	Proyecto final terminado	50 %
		Total	100 %

**UNIVERSIDAD VERACRUZANA
MAESTRÍA EN INNOVACIÓN Y
EMPRENDIMIENTO DE NEGOCIOS**

DATOS GENERALES	
Nombre del Curso	
Estrategias financieras para la evaluación de negocios	

PRESENTACIÓN GENERAL	
Justificación	
Este curso provee al estudiante de una serie de elementos fundamentales para diseñar estrategias financieras que apuntalen una idea innovadora de negocio o el desarrollo de un proyecto emprendedor. Lo anterior, toda vez que el correcto análisis de los indicadores financieros es un insumo fundamental para establecer metas en los distintos horizontes de tiempo.	

OBJETIVOS GENERALES DEL CURSO	
Analizar los principales indicadores financieros para la evaluación de negocios. Revisar las metodologías más relevantes para el diseño de estrategias de negocios.	

UNIDADES, OBJETIVOS PARTICULARES Y TEMAS	
UNIDAD 1	
Indicadores financieros para la evaluación de negocios.	
Objetivos particulares	
Examinar los principales indicadores para la evaluación de negocios. Explorar las principales herramientas para la presentación de reportes financieros.	
Temas	
1.1 Razones financieras de liquidez. 1.2 Indicadores de operación. 1.3 Métricas de endeudamiento. 1.4 Razones de rentabilidad. 1.5 Presentación de reportes financieros.	

UNIDAD 2	
Estrategias financieras para el desarrollo de negocios	
Objetivos particulares	
Cotejar las principales fuentes de financiamiento para ideas innovadoras de negocio y proyectos emprendedores. Indagar los principales mecanismos para impulsar la obtención de ingresos.	
Temas	
2.1 Canales emergentes de financiamiento.	

- | |
|---|
| <p>2.2 Modelo de captación de ingresos.</p> <p>2.3 Gestión de fondos.</p> <p>2.4 Estrategias de salida o venta.</p> |
|---|

UNIDAD 3	
Presentación del reporte de estrategias financieras	
Objetivos particulares	
Revisar las principales herramientas para el diseño de reportes financieros.	
Estudiar los mecanismos emergentes para difundir las estrategias financieras de los proyectos.	
Temas	
<p>3.1 Calendar.</p> <p>3.2 DashThis.</p> <p>3.3 HubSpot.</p> <p>3.4 Megalytic.</p> <p>3.5 Reddit.</p> <p>3.6 The Startup Pitch.</p>	

TÉCNICAS DIDÁCTICAS Y ASPECTOS METODOLÓGICOS	
Enseñanza	
Exposición introductoria de los temas del curso.	
Ánalisis de casos de estudio.	
Discusión dirigida en foros virtuales	
Revisión de material digital en la plataforma Eminus.	
Aprendizaje	
Ánalisis de material en formato electrónico.	
Solución de casos de estudio.	
Presentación oral en equipos de trabajo.	
Discusiones grupales, presenciales y en foros virtuales.	
Búsqueda de información en bases de datos y sitios especializados.	

EQUIPO NECESARIO	
Pizarrón.	
Proyector.	
Computadora.	
Conexión a Internet.	

BIBLIOGRAFÍA

- Alaimo, M. & Salías, M. (2015). Proyectos Ágiles con Scrum: Flexibilidad, aprendizaje, innovación y colaboración en contextos complejos. Kleer.
- Meza, J. (2017). Evaluación financiera de proyectos. ECOE Ediciones. Royce Editores.
- García, J. & Paredes, L. (2014). Estrategias financieras empresariales. Grupo Editorial Patria.

REFERENCIAS ELECTRÓNICAS (Última fecha de acceso:)

- The 10 best reporting and business intelligence tools. <https://blog.hubspot.com/marketing/best-reporting-and-bi-tools>
- Free platforms to promote your startup. <https://www.templatesmonster.com/blog/top-free-platforms-for-startups-promotion/>
- Business Plan Outline-23 Point Checklist for Success. <https://www.forbes.com/sites/davelavinsky/2013/12/03/business-plan-outline-23-point-checklist-for-success/#c108dc452753>

EVALUACIÓN			
SUMATIVA			
Aspecto a Evaluar	Forma de Evaluación	Evidencia	Porcentaje
Aplicación de los principales indicadores financieros para la evaluación de negocios.	Solución de ejercicios.	Documento electrónico entregado en la plataforma Eminus	30%
Identificación de la relación entre los indicadores financieros y el desempeño organizacional o la consolidación de negocios.	Ánalisis y propuestas de solución a casos de estudio.	Participación en foros virtuales de la plataforma Eminus	40%
Presentación de un plan de estrategias financieras.	Exposición oral con recursos electrónicos	Presentación en el aula y archivos de soporte cargados en la plataforma Eminus.	30%
Aplicación de los principales conceptos vinculados a las escuelas y a los modelos que explican la relación entre innovación, crecimiento económico y bienestar social.	Solución de preguntas teóricas y ejercicios.	Solución del examen en la plataforma Eminus	10%
Total			100%

**UNIVERSIDAD VERACRUZANA
MAESTRÍA EN INNOVACIÓN Y
EMPRENDIMIENTO DE NEGOCIOS**

DATOS GENERALES
Nombre del Curso
Introducción al emprendimiento social

PRESENTACIÓN GENERAL
Justificación
Dentro de las distintas vertientes del emprendimiento surgidas a inicios de este siglo, el emprendimiento social representa una de las de mayor crecimiento a nivel internacional. Lo anterior, toda vez que, a diferencia del modelo tradicional, antepone objetivos sociales sin dejar de lado la sustentabilidad del negocio; es decir, prioriza la satisfacción de necesidades en un grupo o territorio, sin dejar de lado la generación de empleos. Por ello, es preciso que los alumnos de la Maestría en Innovación y Emprendimiento de Negocios profundicen en el estudio de esta temática.

OBJETIVOS GENERALES DEL CURSO
Revisar las bases teóricas y metodológicas para el estudio del emprendimiento social.
Examinar casos de éxito en esta temática a nivel internacional.

UNIDADES, OBJETIVOS PARTICULARES Y TEMAS
UNIDAD 1
Fundamentos del emprendimiento social.
Objetivos particulares
Explorar los antecedentes del emprendimiento social.
Comparar las diferencias entre los distintos modelos de emprendimiento.
Temas
1.1 Definición y significado del emprendimiento social.
1.2 Emprendimiento tradicional y emprendimiento social: un estudio comparativo.
1.3 Escuelas promotoras del emprendimiento social.

UNIDAD 2
Estado del emprendimiento social a nivel global.
Objetivos particulares
Revisar ejemplos de proyectos de emprendimiento social disruptivos a nivel internacional.
Cotejar la diseminación del modelo en distintas regiones.

Temas
2.1 Casos disruptivos de emprendimiento social.
2.2 Avance del emprendimiento social en el continente americano.
2.3 Evolución del emprendimiento social en Europa.
2.4 Estado del emprendimiento social en Asia.

UNIDAD 3
El emprendimiento social como motor de crecimiento y bienestar
Objetivos particulares
Indagar acerca de los factores que potencian o limitan el desarrollo del emprendimiento social.
Explorar los modelos colaborativos entre distintos sectores para apuntalar el emprendimiento social.
Temas
3.1 Marco jurídico para el emprendimiento social.
3.2 Canales de asistencia a favor del emprendimiento social.
3.3 Agencias facilitadoras del surgimiento de proyectos de emprendimiento social.
3.4 Participación del capital privado para detonar el emprendimiento.
3.5 Joint Ventures.
3.6 Crowdfunding.

TÉCNICAS DIDÁCTICAS Y ASPECTOS METODOLÓGICOS
Enseñanza
Exposición introductoria de los temas del curso.
Ánalisis de casos de estudio.
Discusión dirigida en foros virtuales
Revisión de material digital en la plataforma Eminus.
Aprendizaje
Ánalisis de material en formato electrónico.
Solución de casos de estudio.
Presentación oral en equipos de trabajo.
Discusiones grupales, presenciales y en foros virtuales.
Búsqueda de información en bases de datos y sitios especializados.

EQUIPO NECESARIO
Pizarrón.
Proyector.
Computadora.
Conexión a Internet.

BIBLIOGRAFÍA

- Del Cerro, J. (2017). ¿Qué es el emprendimiento social? Negocios que cambian el mundo. Nueva Editorial Iztaccíhuatl. México.
- Haber, J. (2016). The Business of Good: Social Entrepreneurship and the New Bottom Line. Entrepreneur Press.
- Yunus, M. (2011). Building Social Business: The New Kind of Capitalism That Serves Humanity's Most Pressing Needs. PublicAffairs.

REFERENCIAS ELECTRÓNICAS (Última fecha de acceso:)

- Centre Yunus Paris. <https://centreyunus.fr/>
- Global Entrepreneurship Monitor. <https://www.gemconsortium.org/report/gem-2015-report-on-social-entrepreneurship>
- Journal of Social Entrepreneurship. <https://www.tandfonline.com/loi/rjse20>

Otros Materiales de Consulta:

- YouTube Channels
- Yunus Social Businesses. <https://www.youtube.com/user/YunusSocialBusiness>
- SBC HEC. <https://www.youtube.com/channel/UCWXUaQ4Vc3E-vziDMy3gTSw>

EVALUACIÓN			
SUMATIVA			
Aspecto a Evaluar	Forma de Evaluación	Evidencia	Porcentaje
Aplicación de los principales conceptos vinculados al emprendimiento social.	Reportes de lectura	Documento electrónico entregado en la plataforma Eminus	30%
Diseño de un anteproyecto de emprendimiento social.	Documento en extenso.	Archivo electrónico entregado en la plataforma Eminus	40%
Presentación del anteproyecto.	Exposición oral con recursos electrónicos	Presentación en el aula y archivos de soporte cargados en la plataforma Eminus.	30%
		Total	100%

**UNIVERSIDAD VERACRUZANA
MAESTRÍA EN INNOVACIÓN Y
EMPRENDIMIENTO DE NEGOCIOS**

DATOS GENERALES
Nombre del Curso
Fundamentos de la Economía digital colaborativa

PRESENTACIÓN GENERAL
Justificación
Una de las características principales del siglo veintiuno es la acelerada incorporación de tecnología en nuestras actividades; esto, ha provocado el surgimiento de nuevos modelos económicos y de gestión de negocios, entre los que destaca la economía digital colaborativa. Por ello, este curso presenta las bases de la Economía colaborativa y la forma en que ésta puede incorporarse tanto en estrategias de innovación organizacional como en proyectos emprendedores. Lo anterior, con el fin de dotar al estudiante de un panorama completo acerca de los alcances y las prospectivas de esta temática.

OBJETIVOS GENERALES DEL CURSO
Examinar los fundamentos de la economía colaborativa.
Revisar la forma en que la tecnología e innovación digital han impulsado el modelo de economía colaborativa.
Comparar la penetración del modelo entre distintas regiones.

UNIDADES, OBJETIVOS PARTICULARES Y TEMAS
UNIDAD 1
Fundamentos de la economía colaborativa
Objetivos particulares
Explorar la evolución del modelo de economía colaborativa.
Distinguir entre el modelo de economía colaborativa y la economía social y colaborativa.
Temas
1.1 Definición de economía colaborativa.
1.2 El papel de la economía colaborativa en el siglo veintiuno.
1.3 Empresas representativas del modelo.

UNIDAD 2
Evolución de la economía digital.
Objetivos particulares
Revisar el avance de la economía digital durante el siglo veinte.
Estudiar el estado de la economía digital en el siglo veintiuno.

Temas
2.1 Políticas a favor de la economía digital.
2.2 Aportación de la economía digital al producto interno bruto.
2.3 Economía digital e innovación.

UNIDAD 3
El modelo de Economía digital colaborativa
Objetivos particulares
Explorar la penetración del modelo en distintas regiones.
Indagar el efecto del modelo en el emprendimiento.
Temas
3.1 El avance de la Economía digital colaborativa en Norteamérica.
3.2 El impacto de la Economía digital colaborativa en Asia.
3.3 Los efectos del modelo en Europa.
3.4 Emprendedores en la era de la <i>sharing economy</i> .

TÉCNICAS DIDÁCTICAS Y ASPECTOS METODOLÓGICOS
Enseñanza
Exposición introductoria de los temas del curso.
Análisis de casos de estudio.
Discusión dirigida en foros virtuales
Revisión de material digital en la plataforma Eminus.
Aprendizaje
Ánalisis de material en formato electrónico.
Solución de casos de estudio.
Presentación oral en equipos de trabajo.
Discusiones grupales, presenciales y en foros virtuales.
Búsqueda de información en bases de datos y sitios especializados.

EQUIPO NECESARIO
Pizarrón.
Proyector.
Computadora.
Conexión a Internet.

BIBLIOGRAFÍA
Chase, R. (2015). <i>Peers Inc: How People and Platforms Are Inventing the Collaborative Economy and Reinventing Capitalism</i> . PublicAffairs.
Evans, D. (2016). <i>Matchmakers: The New Economics of Multisided Platforms</i> . Harvard Business Review Press.
Sundarajan, A. (2016). <i>The Sharing Economy: The End of Employment and the Rise of Crowd-based Capitalism</i> . MIT Press.

REFERENCIAS ELECTRÓNICAS (Última fecha de acceso:)

Harvard Business Review. <https://hbr.org/>
The Oxford Review. <https://www.oxford-review.com/the-big-difference-between-the-oxford-review-and-the-harvard-business-review-1/>
World Economic Forum. <https://www.weforum.org/>

Otros Materiales de Consulta:

YouTube Channels

Harvard Business Review. <https://www.youtube.com/user/HarvardBusiness>

World Economic Forum. <https://www.youtube.com/user/WorldEconomicForum>

EVALUACIÓN			
SUMATIVA			
Aspecto a Evaluar	Forma de Evaluación	Evidencia	Porcentaje
Aplicación de los principales conceptos vinculados al modelo de Economía digital colaborativa.	Reportes de lectura	Documento electrónico entregado en la plataforma Eminus	30%
Identificación de los desafíos que plantea la creciente participación del modelo de economía colaborativa.	Participación en foros de discusión.	Archivo electrónico entregado en la plataforma Eminus	30%
Descripción de las estrategias para el impulso de la economía colaborativa.	Exposición oral con recursos electrónicos	Presentación en el aula y archivos de soporte cargados en la plataforma Eminus.	40%
Total			100%

B. PLAN DE AUTOEVALUACIÓN ANUAL

Con el fin de garantizar la calidad y pertinencia de los contenidos del plan de estudios, éste se someterá a un proceso de autoevaluación anual, en el cual participarán los miembros del NAB, de tal forma que sea posible evaluar el avance de las metas planteadas anteriormente y el logro de los objetivos previamente señalados. Además, se solicitarán las opiniones de empleadores profesionistas y egresados con el fin de identificar las fortalezas y oportunidades del programa, así como sus áreas de mejora, de tal forma que este posgrado responda a las necesidades del mercado laboral y a los estándares de calidad solicitados por nuestra Universidad.

Con base en lo anterior, la autoevaluación se enfocará en los siguientes aspectos:

- Estructura del plan de estudios: misión, visión, objetivos, perfiles de ingreso y egreso, y, mapa curricular.
- Pertinencia de las LGAC.
- Producción de los estudiantes y académicos en las LGAC.
- Intervención de los estudiantes y profesores en los procesos de movilidad académica.
- Participación del NAB y de los estudiantes en eventos académicos nacionales e internacionales.
- Vinculación con organismos públicos y privados.
- Índices de escolaridad: eficiencia terminal, deserción y obtención del grado.

Con base en lo anterior, se espera contar con información suficiente que permita tomar decisiones eficientes de cara a la consolidación de este posgrado.

C. PLAN DE MEJORA

Con el fin de impulsar las metas de nuestra Universidad, el plan de mejora de la Maestría en Innovación y Emprendimiento de Negocios se alinea con los siguientes programas genéricos de los Ejes Estratégicos para el Desarrollo Institucional (EEDI) 1, 2 y 5 incluidos en el Plan General de Desarrollo 2030:

EEDI 1. Formación integral de los estudiantes

- Fortalecimiento de la calidad de los programas educativos a partir de una visión sistémica de la Universidad Veracruzana.
- Establecimiento de una cultura de calidad en los programas educativos en la que todos los procesos académicos y de gestión se integren para ofrecer servicios educativos y administrativos satisfactorios.
- Transformación del modelo educativo institucional.
- Diseño y rediseño de la oferta educativa.
- Fomento en la participación de estudiantes en temas de investigación.

Con base en los puntos anteriores, las acciones del plan de mejora se enfocarán en: mantener los parámetros de calidad institucionales y someter el programa a evaluación por parte del CONACYT con el fin de aspirar a formar parte del PNPC. Revisar de forma periódica los contenidos del plan de estudios para garantizar su pertinencia e impulsar la investigación entre los alumnos y miembros del NAB.

EEDI 2. Fortalecimiento de la función académica

- Fomento a la operación de redes de colaboración intra e interinstitucional.
- Consolidación de cuerpos académicos.
- Fortalecimiento de la investigación.
- Impulso a la innovación de estrategias docentes.
- Actualización de estrategias para la evaluación de aprendizajes.

Respecto a este Eje, las acciones del plan de mejora se encaminarán al logro de los siguientes objetivos: fomentar la participación de los profesores del NAB en redes de trabajo nacionales o internacionales, fortalecer la producción académica y el trabajo colaborativo con los cuerpos académicos de nuestra Universidad y otras IES, diseñar estrategias innovadoras para mejorar el proceso de enseñanza-aprendizaje en el posgrado.

EEDI 5. Universidad socialmente responsable

- Impulsar el emprendimiento e incubación de empresas socialmente responsables.
- Apoyar al egresado en la inserción laboral.
- Incrementar y diversificar la producción editorial.

En cuanto a los programas del quinto EEDI, el trabajo se encaminará a la difusión de la cultura emprendedora, el diseño, implementación y seguimiento de proyectos emprendedores surgidos al interior del programa, así como la publicación de los resultados obtenidos en las plataformas editoriales de nuestra Universidad.

Núcleo Académico Básico

Nombre	Entidad de Adscripción	Último Grado Académico
Jorge Samuel Berdón Carrasco	Facultad de Administración Región Veracruz	Doctorado/PRODEP
Ignacio Ortiz Betancourt	Facultad de Administración Región Veracruz	Doctorado/PRODEP
Guadalupe Juárez Gómez	Facultad de Administración Región Veracruz	Doctorado/PRODEP
María del Carmen Meza Téllez	Facultad de Administración Región Veracruz	Maestría/PRODEP
Leidy Margarita López Castro	Facultad de Administración Región Veracruz	Doctorado/PRODEP
Carlos Arturo Torres Gastelú	Facultad de Administración Región Veracruz	Doctorado/SNI/PRODEP
José Echegaray Franyutti	Facultad de Administración Región Veracruz	Doctorado/PRODEP
Tomás Carmona Cuervo	Facultad de Administración Región Veracruz	Maestría/PRODEP
Arturo Rivera López	Facultad de Administración Región Veracruz	Maestría