



PROGRAMA DE CONTENIDOS

ASIGNATURA: INFORMÁTICA Y SOCIEDAD

TALLER DE EMPRENDEDORISMO

CURSO: 6° AÑO E.S.

PROFESOR: GONZALO SOURIGUES

Objetivos de la Asignatura

Los alumnos generarán proyectos integrales de emprendimientos (con fines de lucro o sociales) o diseños de carrera, que volcarán en productos informáticos. De Noble, Jung Ehrlich ponen de manifiesto que “la actividad emprendedora, especialmente durante la fase activa de desarrollo del plan de negocios, implica siempre una actividad de autoconocimiento, de reflexión y aprendizaje sobre el impacto del propio accionar sobre la vida social y económica de una comunidad”. La naturaleza de este proyectos de la asignatura en el último año del plan de estudios permite aunar dos grandes dimensiones a las que propende el sistema educativo: por un lado la dimensión individual, que remite a la vocación y compromiso personal y autónomo, el empoderamiento, la convicción, las voluntades personales y la conciencia individual, y por otro la dimensión colectiva, que refiere al accionar colectivo, las organizaciones, instituciones, grupos y la comunidad. Todo esto se materializa en productos con alta intervención del componente tecnológico, preponderante en las actuales sociedades del conocimiento.

Metodología de aprendizaje por proyectos: Creemos que este abordaje pedagógico particular es el más adecuado puesto que nos permite tomar una temática y abordar diferentes áreas con mayor flexibilidad. En este tipo de planificación el alumno es quien propone, promueve y hace. El proyecto se compone de una denominación, una fundamentación, una finalidad, objetivos, contenidos, actividades, recursos, tiempo, evaluación y observaciones.

Esta metodología se presta asimismo y de manera especial para el abordaje multidisciplinario de los contenidos abordados.

La evaluación por rúbricas

Como ya se ha señalado, se considera que la mejor manera de evaluar a los alumnos cuando se aplica la metodología de aprendizaje basado en proyectos es mediante la aplicación de rúbricas de evaluación, así como la implementación de la autoevaluación y la co-evaluación como formas de promover la metacognición y el aprendizaje colaborativo.

Una rúbrica es un conjunto de criterios y estándares, generalmente relacionado con los objetivos de aprendizaje. Evaluar un nivel de desempeño o una tarea se trata de una herramienta de calificación utilizada para realizar evaluaciones objetivas; un conjunto de criterios y estándares ligados a los objetivos de aprendizaje usados para evaluar la actuación de alumnos a lo largo del proyecto. Las rúbricas establecer claramente los criterios de evaluación, promueven el avance hacia mejores desempeños a la vez que permiten una calificación más simple y transparente.

Aclaración sobre los contenidos

Dadas las características de la metodología de aprendizaje basado en proyectos, ha de considerarse que el esquema de contenidos propuesto en este trabajo debe considerarse flexible y adaptable a las diferentes manifestaciones que los proyectos concretos de los alumnos vayan presentando.

Se han seleccionado estrategias metodológicas que combinan herramientas clásicas con las más modernas técnicas empleadas para la activación de la creatividad y la elaboración de propuestas de valor y planes de negocios. Estas estrategias están siendo implementadas por empresas pioneras en sus rubros y se basan en los más recientes avances de las neurociencias y los nuevos modelos de gestión. En particular se ha tomado el lienzo de modelo de negocios diseñado por Alexander Osterwalder. Partir de las técnicas más actuales utilizadas por el management no implica desechar técnicas tradicionales de probada efectividad que pueden adaptarse mejor a las formas de trabajo de algunos alumnos. Se trata de presentar a los estudiantes una gama de herramientas entre las cuales podrán seleccionar las que mejor se ajusten a sus necesidades. La propuesta se complementa con lecturas y se concreta en productos con alto contenido informático y tecnológico que son evaluadas como etapas del proyecto. La metodología es la del taller, donde cobran centralidad el trabajo y la producción del alumno.



CONTENIDOS DEL TALLER

1. La actividad emprendedora

Esta unidad apunta a que los alumnos comprendan a la actividad emprendedora como propuesta viable de inserción social, exploren sus capacidades para insertarse en el circuito emprendedor, laboral y vocacional y encuentren motivación para hacerlo. Implica un ejercicio reflexivo de autoanálisis personal.

¿Qué es un emprendedor? Motivos para ser emprendedor. Emprendedor no se nace, se hace. Estudio de casos de emprendimientos. La teoría del erizo de Jim Collins. Los movilizadores internos. Las necesidades del mercado. Pirámide de Maslow. Detección de necesidades y formas de satisfacerlos. Generación de cartera de productos/servicios potenciales.

2. De la oportunidad de negocios a la propuesta de valor

Se presenta a la actividad emprendedora como respuesta a necesidades detectadas en el contexto social y comunitario de alumno. Se exploran técnicas de creatividad para dar respuesta a las necesidades detectadas. Se apunta a desarrollar una generatividad creadora a la vez que analítica que considera el contexto social en que está inserto el estudiante. Se proponen herramientas y técnicas para facilitar el proceso.

Detección de oportunidades y las necesidades sociales. Generación de ideas y creatividad. Técnica para producir ideas: J.W. Young, De Bono, El método de innovación cognitiva de Federico Fros Campelo, Las preguntas de Osborn.

Teoría de la toma de decisiones. Desarrollo de alternativas y evaluación de alternativas. Situaciones y contextos de decisión. Análisis del contexto. La matriz FODA y su análisis.

Propuesta de valor. Constitución. La plantilla de conformación de propuesta de valor de Alexander Osterwalder. Aplicación del concepto de “fit”.

3. Desarrollo del producto o servicio

Se exploran las características del producto o servicio ofrecido. Se analiza a quién va dirigido y cómo se insertaría en el mercado.

¿Cuál es mi producto? Características diferenciadoras. Concepto de ventaja competitiva.

El mercado objetivo. Técnicas de segmentación. Análisis del mercado. Análisis de la competencia.

4. El trabajo en equipo

El trabajo en equipo es presentado como superador de las propuestas individuales y enriquecedor de las experiencias personales. Desde una perspectiva humanística y profunda, los alumnos explorar su aporte personal y único al trabajo de conjunto.

Distinción entre equipo y grupo.

Mi lugar en el equipo. La complementariedad de roles y aptitudes. El liderazgo. Liderazgo situacional.

Diferentes tipos de liderazgo. Desarrollo de formas de liderazgo.

Cultura del grupo.

5. El plan de negocios

Se exploran herramientas y actividades para viabilizar el proyecto. Se trata de una etapa generativa y de gran compromiso en la que se pasa de la idea a la realización, considerando todos los factores necesarios.

El lienzo de modelo de negocios de Alexander Osterwalder. La propuesta de valor como punto de partida. El lado de los ingresos: la relación con los clientes, los segmentos de clientes, la distribución y los puntos de venta. El lado de los egresos: Recursos clave, Actividades clave Socios clave. Las relaciones públicas externas.

6. El Plan de Marketing

Se analizan los aspectos relacionados con el mercadeo del producto. Se continúa con el foco en las buenas prácticas y en la formación del consumidor responsable.

Qué es el marketing. Comportamiento de compra del consumidor. Investigación de mercado

Posicionamiento del producto. Presentación del producto. Marca. Técnicas de branding. Packaging.

Imagen tangible e intangible. Determinación del precio. La distribución. Publicidad y promoción. El

proceso de comunicación. La relación con el cliente.

7. Caracterización del emprendimiento



Desde una perspectiva ética y respetuosa de los marcos legales, se consideran los aspectos duros del emprendimiento. Se muestra a los alumnos la posibilidad de generar emprendimientos sin contar con capital y las maneras de financiarse. Se hace hincapié en un uso responsable del dinero y en la educación tributaria. Se analizan las buenas prácticas sociales y ciudadanas como productores y consumidores.

Tipos legales de sociedades. Habilitaciones y registros. Qué es una incubadora
Financiamiento y flujo de dinero. ¿Se puede emprender sin capital? Capital inicial. Capital humano. La búsqueda de financiación. Los costos operativos. Costos fijos y variables. Vender no es lo mismo que cobrar. Herramienta de análisis: flujo de caja. Los aspectos tributarios.

8. Análisis de impacto

Los alumnos investigan, desde una perspectiva ética, humanística y comprometida, cuál será el impacto social, económico y ambiental. La evaluación final de su propuesta queda ligada a su contribución a la sociedad y comunidad en que se insertan.

El análisis de riesgos. Impacto social. Impacto ambiental. Contribución a la sociedad. La contribución al individuo emprendedor.

PAUTAS DE APROBACIÓN

- Los alumnos deberán presentar en tiempo y en forma los 8 productos finales que culminan cada una de las 8 etapas del proyecto. Serán autónomos en la utilización de los recursos que se les brindan y en la obtención de recursos adicionales. La presentación de trabajos prácticos especiales, tienen carácter obligatorio e impostergable. Los alumnos deben completar todas las mismas en las fechas asignadas por la cátedra.
- Todos los productos parciales y finales deberán ser presentados en el formato digital exigido en cada caso y según las pautas comunicadas a través de la plataforma ACADEU.
- Si el alumno estuviera ausente a alguna clase deberá ocuparse de completar los temas o trabajos realizados durante su ausencia.
- Los alumnos trabajarán en equipo y serán solidariamente responsables por el avance del proyecto en cada una de sus etapas. Los alumnos deberán presentar predisposición a la construcción de un aprendizaje significativo, un trabajo responsable y a la cooperación con sus compañeros de curso.