



UNIVERSIDAD DE ANTOFAGASTA
FACULTAD DE INGENIERIA
DEPARTAMENTO DE INGENIERIA
COMERCIALCARRERA INGENIERÍA
COMERCIAL EN NEGOCIOS MINEROS

PROGRAMA DE ASIGNATURA

ANTECEDENTES GENERALES

1.1	NOMBRE DE LA ASIGNATURA	:	Taller de Emprendimiento
1.2	CÓDIGO DE LA ASIGNATURA	:	ICIC 81
1.3	CARRERA	:	Ingeniería Comercial MNM
1.4	CURSO/SEMESTRE/NIVEL	:	8vo. Semestre
1.5	COORDINADOR RESPONSABLE	:	Ninfa Willans Muñoz
1.6	EQUIPO DOCENTE	:	Ninfa Willans Muñoz
1.7	ÁREA DE LA ASIGNATURA	:	Formación Profesional
1.8	RÉGIMEN DE ESTUDIO	:	Semestral
1.9	CARACTERÍSTICAS DE HRS.	:	4 horas
1.10	PRE-REQUISITO	:	ICIC 51 Finanzas 1 ICIC 65 Marketing Industrial
1.11	REQUISITO PARA	:	ICIC 91 Responsabilidad Social y Competitividad
1.12	FECHA DE INICIO	:	26 de agosto 2025
1.13	FECHA DE TÉRMINO	:	10 de enero 2026

DESCRIPCIÓN DE LA ASIGNATURA

Asignatura de formación profesional, que tiene como propósito desarrollar una de las competencias de la carrera que es Emprendimiento. Los alumnos podrán desarrollar su creatividad, innovación y emprendimiento, y vincular sus conocimientos de la carrera al desarrollo económico social y empresarial.

OBJETIVOS

OBJETIVO GENERAL

Desarrollar en el alumno la capacidad de emprendimiento a través de la innovación, la creatividad y el ingenio.

OBJETIVOS ESPECÍFICOS

- Determinar las características del emprendedor sobre sus propias competencias
- Reconocer los problemas y las necesidades del entorno como fuente de oportunidades de negocio
- Prepa ideas de negocio, considerando la innovación y el potencial de generar bienestar

UNIDADES DE APRENDIZAJE

1. Introducción y conceptos claves
 - Pensamiento creativo, analítico y crítico y pensamiento de los negocios.
 - Creatividad y Emprendimiento
 - Definición de emprendimiento, mitos y realidades
 - Emprendimiento social
 - Características del emprendedor
2. Innovación y Emprendimiento
 - Relevancia y tipos de innovación
 - Innovación v/s Invención
 - Intra emprendimiento
3. Entorno de Innovación y Desarrollo Económico
 - Modelo conceptual del Global Entrepreneurship Monitor (GEM)
 - Indicadores de Desarrollo Económico nacionales e Internacionales
 - Indicadores de Competitividad Nacionales e Internacionales
 - Fuentes de financiamiento público y privado
4. Emprendimiento y creación de organizaciones
 - Naturaleza de las organizaciones
 - Factores clave para el desarrollo de nuevos productos: generación, utilización e implementación de ideas
 - Elección de negocio
 - Plan de negocios
 - Clientes
 - usuarios
 - Patentes y comercialización de conocimientos
 - Incubadoras
 - Ejecución de un proyecto integrador de emprendimiento

METODOLOGÍA

Estrategias del Aprendizaje

Las metodologías que se utilizarán para el desarrollo de esta asignatura son activas, de orden presencial.

Los materiales didácticos, se cargarán en plataforma Ucampus. Las evaluaciones, se realizarán en forma escrita.

Tecnología, Auxiliares Didácticos y Equipos Audiovisuales

Las herramientas tecnológicas por utilizar:

- Personal Computer
- Plataformas; Ucampus.
- Aplicaciones; Kahoot, Edpuzzle, entre otros.

Los auxiliares didácticos para emplear:

- Pizarra digital
- Videos
- Póster
- Etc.

EXIGENCIAS DE LA ASIGNATURA

Evaluación

Los alumnos serán evaluados de acuerdo con la siguiente estructura calificadora:

TIPO EVALUACIÓN	FECHA	PONDERACION (%)
PARCIAL 1	23/09/2025	30
PARCIAL 2	04/11/2025	30
PARCIAL 3	09/12/2025	40
PRUEBAS PENDIENTES	16/12/2025	
EXAMEN 1	30/12/2025	
EXAMEN 2	06/01/2026	

Observación: Las fechas podrían estar sujetas a cambios por eventualidades.

Otras exigencias

- El porcentaje de asistencia exigido como mínimo para aprobar la asignatura es de un 75%.
- Toda inasistencia a alguna evaluación deberá ser justificada a la Dirección del Departamento de Ingeniería Comercial.
- Cualquier observación relativa a nota y/o evaluaciones, deberá ser efectuada hasta dos semanas después de haber sido entregada la evaluación respectiva.

BIBLIOGRAFÍA BASICA

- González, D.M. (2007). Plan de negocios para emprendedores al éxito: metodología para el desarrollo de nuevos negocios, Mc Graw Hill, México
- Moulden, J. (2008). Los nuevos emprendedores sociales. Mc Graw Hill Interamericana, México.
- Esteve Black (2014). Manual del Emprendedor, el. La Guía Paso a Paso Para Crear una Gran Empresa.

BIBLIOGRAFÍA COMPLEMENTARIA

- Unidad de Estudios, Corfo (2014). Emprendimiento en Chile: Hacia un Modelo de Segmentación.