

# Sílabo

Malla 2024

UTEC  
Universidad  
de Ingeniería  
y Tecnología



*CARRERA*

Administración & Negocios Digitales



*CURSO*

Introducción a la Administración y  
Negocios Digitales.



*MALLA*

2024



*MODALIDAD*

PRESENCIAL



*CREDITOS*

4



## **REGLAS INTEGRIDAD ACADÉMICA**

Todo estudiante matriculado en una asignatura de la Universidad de Ingeniería y Tecnología tiene la obligación de conocer y cumplir las reglas de integridad académica, cuya lista a continuación es de carácter enunciativo y no limitativo, ya que el/la docente podrá dar mayores indicaciones:

1. La copia y el plagio son dos infracciones de magnitud muy grave en la Universidad de Ingeniería y Tecnología (UTEC) conforme a lo establecido en el Reglamento de Disciplina de los Estudiantes. Tienen una sanción desde 2 semestres de suspensión hasta la expulsión.
2. Si se identifica la copia o plagio en evaluaciones individuales, el/la docente puede proceder a anular la evaluación.
3. Si la evaluación es personal o grupal-individual, la interacción entre equipos o compañeros se considera copia o plagio, según corresponda. Si la evaluación calificada no indica que es grupal, se presume que es individual.
4. La copia, plagio, el engaño y cualquier forma de colaboración no autorizada no serán tolerados y serán tratados de acuerdo con las políticas y reglamentos de la UTEC, implicando consecuencias académicas y sanciones disciplinarias.
5. Aunque se alienta a los estudiantes a discutir las tareas y trabajar juntos para desarrollar una comprensión más profunda de los temas presentados en este curso, no se permite la presentación del trabajo o las ideas de otros como propios. No se permite el plagio de archivos informáticos, códigos, documentos o dibujos.
6. Si el trabajo de dos o más estudiantes es sospechosamente similar, se puede aplicar una sanción académica a todos los estudiantes, sin importar si es el estudiante que proveyó la información o es quien recibió la ayuda indebida. En ese sentido, se recomienda no proveer el desarrollo de sus evaluaciones a otros compañeros ni por motivos de orientación, dado que ello será considerado participación en copia.
7. El uso de teléfonos celulares, aplicaciones que permitan la comunicación o cualquier otro tipo de medios de interacción entre estudiantes está prohibido durante las evaluaciones o exámenes, salvo que el/la docente indique lo contrario de manera expresa. Es irrelevante la razón del uso del dispositivo.
8. En caso exista algún problema de internet durante la evaluación, comunicarse con el/la docente utilizando el protocolo establecido. No comunicarse con los compañeros dado que eso generará una presunción de copia.
9. Se prohíbe tomar prestadas calculadoras o cualquier tipo de material de otro estudiante durante una evaluación, salvo que el/la docente indique lo contrario.
10. Si el/la docente encuentra indicios de obtención indebida de información, lo que también implica no cumplir con las reglas de la evaluación, tiene la potestad de anular la prueba, advertir al estudiante y citarlo con su Director de Carrera. Si el estudiante no asiste a la citación, podrá ser reportado para proceder con el respectivo procedimiento disciplinario. Una segunda advertencia será reportada para el inicio del procedimiento disciplinario correspondiente.
11. Se recomienda al estudiante estar atento/a a los datos de su evaluación. La consignación de datos que no correspondan a su evaluación será considerado indicio concluyente de copia.



# UNIVERSIDAD DE INGENIERÍA Y TECNOLOGÍA

## SILABO 2024 – 1

### 1. ASIGNATURA

AD1003 – Introducción a la Administración y Negocios Digitales

### 2. DATOS GENERALES

2.1 Ciclo: 1°

2.2 Créditos: Cuatro (4) créditos

2.3 Condición: Obligatorio para Administración y Negocios Digitales

2.4 Idioma de dictado: Español

2.5 Requisitos: Ninguno

### 3. INTRODUCCIÓN AL CURSO

El curso de Introducción a la Administración y Negocios Digitales representa el punto de partida en la formación de proyectos dentro de la carrera; su enfoque es comprender la naturaleza de un negocio y su viabilidad en entornos digitales. Durante este trayecto, los participantes recorrerán el ciclo de desarrollo de soluciones digitales, desde la comprensión del problema hasta la creación de soluciones innovadoras. Este proceso implica una profunda identificación y comprensión de los usuarios, la generación de ideas, la creación de prototipos y la evaluación de las soluciones propuestas.

Paralelamente, el proceso de aprendizaje no se limitará a un aprendizaje personal; durante el desarrollo de la asignatura se fomenta el aprendizaje colaborativo y se brinda apoyo integral, proporcionando espacios de reflexión para asimilar conocimientos y conceptos. La dinámica del curso ejemplifica en la práctica los 5 pilares fundamentales de la carrera: experiencias reales, libertad y autonomía, mentalidad digital, perspectiva global y social y aprendizaje constante.

La asignatura tiene como eje principal el desarrollo de un reto real, complementado con sesiones prácticas -workshops-, charlas con invitados, bibliografía - libros, artículos, podcasts -, y con el acompañamiento personalizado de la plana docente. El curso contiene cinco (5) hitos de evaluación, en donde se presentan los resultados directos del proceso de desarrollo de soluciones digitales y los resultados de los espacios de reflexión. Durante este proceso, construirás un storytelling potente buscando que sea el primero de varios proyectos que compondrán sus portafolios personales, que podrás exponer al cliente y al público en general.



#### 4. OBJETIVOS

- Sesión 1: Comprender la importancia de la administración en entornos digitales, analizando la evolución histórica y el panorama actual de la gestión empresarial moderna.
- Sesión 2: Aplicar los principios fundamentales de la administración a contextos digitales, identificando cómo estos principios se adaptan y optimizan en el ámbito digital.
- Sesión 3: Explorar y seleccionar herramientas digitales clave para la gestión empresarial, comprendiendo su utilidad y aplicabilidad en entornos digitales.
- Sesión 4: Analizar modelos de negocios digitales exitosos para identificar patrones y estrategias aplicables a situaciones empresariales específicas.
- Sesión 5: Evaluar el impacto de la tecnología en la transformación de negocios, identificando oportunidades y desafíos para la adaptación digital.
- Sesión 6: Analizar casos de empresas que han tenido éxito en su adaptación digital, extrayendo lecciones y estrategias aplicables a contextos empresariales específicos.
- Sesión 7: Reconocer la importancia del análisis de datos en la toma de decisiones empresariales, identificando cómo la información optimiza el proceso decisional.
- Sesión 8: Familiarizarse con herramientas de análisis de datos relevantes para la administración digital, desarrollando habilidades prácticas en su aplicación.
- Sesión 9: Evaluar las consideraciones éticas y legales asociadas a la administración digital, aplicando principios éticos y normativas legales pertinentes.
- **Sesión 10: Practica calificada 01**
- Sesión 11: Aplicar metodologías de gestión de proyectos específicas para entornos digitales.
- Sesión 12: Identificar y definir claramente un problema u oportunidad de negocio, aplicando técnicas de análisis para comprender su alcance y relevancia.
- Sesión 13: Aplicar el proceso de descubrimiento y empatía para comprender a fondo el desafío empresarial y las necesidades del usuario.
- Sesión 14: Realizar una investigación de mercado que respalde la toma de decisiones en la gestión digital.
- Sesión 15: Identificar hallazgos significativos e insights derivados del análisis de problemas y comprensión del usuario, orientando la definición de soluciones digitales.
- Sesión 16: Sistematizar la información recopilada durante el proceso de investigación, organizándola de manera efectiva para su posterior análisis y aplicación.
- Sesión 17: Aplicar metodologías de ideación y priorización, seleccionando y desarrollando ideas innovadoras para abordar el problema empresarial identificado.
- Sesión 18: Continuar el proceso de ideación y priorización, refinando y seleccionando las soluciones digitales más viables y alineadas con los objetivos empresariales.
- **Sesión 19: Practica calificada 02**
- Sesión 20: Utilizar el Business Model Canvas como herramienta para estructurar y visualizar el modelo de negocio propuesto, considerando todos sus componentes.
- Sesión 21: Aplicar conceptos financieros específicos para negocios digitales, comprendiendo cómo estos influyen en la viabilidad y sostenibilidad de la propuesta.
- Sesión 22: Desarrollar la idea final del proyecto, articulando de manera clara la propuesta de valor digital y su impacto en el mercado.



- Sesión 23: Diseñar un prototipo digital y realizar pruebas relevantes, aplicando metodologías específicas para garantizar la usabilidad y eficacia del producto.
- Sesión 24: Elaborar un plan detallado para la implementación del prototipo, considerando herramientas no codificadas y asegurando la coherencia con los objetivos empresariales.
- Sesión 25: Desarrollar un MVP efectivo, aplicando principios ágiles y asegurando que el producto mínimo viable cumpla con las expectativas del usuario.
- Sesión 26: Diseñar un plan detallado para la ejecución del testeo del producto digital, aplicando metodologías relevantes y estableciendo los pasos necesarios para evaluar su funcionalidad y eficacia.
- Sesión 27: Analizar los resultados del testeo, identificando descubrimientos clave y tomando decisiones informadas sobre iteración o pivoteo del producto.
- **Sesión 28: Practica calificada 3**
- Sesión 29: Validar el producto final con usuarios reales, recopilando feedback valioso para ajustes finales y mejoras.
- Sesión 30: Desarrollar y presentar un elevator pitch efectivo para comunicar de manera concisa y persuasiva la propuesta de valor digital.
- Sesión 31 y 32: Preparar y presentar un pitch final sólido, integrando todos los elementos del proyecto y concluyendo de manera reflexiva el curso de administración y negocios digitales.

## **COMPETENCIAS Y CRITERIOS DE DESEMPEÑO**

### **- COMPETENCIAS ESPECÍFICAS:**

- NEG2 - Estructura, analiza y relaciona situaciones de negocio, tomando decisiones acertadas a partir del entendimiento del consumidor, los mercados, los procesos, las organizaciones y las finanzas (Nivel 1).
- NEG 4 - Emprende digitalmente o promueve la transformación digital de su organización, enfrentando y aprovechando los nuevos contextos de negocio, con foco en la experiencia del usuario y la sostenibilidad, y mediante la movilización de equipos multidisciplinarios. (Nivel 1).

## **5. RESULTADOS DE APRENDIZAJE**

- Evaluar información de diversas fuentes para crear soluciones estratégicas ante problemáticas, aplicando pensamiento crítico.
- Identificar y diagnosticar problemas de negocio, proponiendo estrategias efectivas de solución en contextos empresariales.
- Identificar y reconocer las necesidades del cliente a través de la empatía para crear soluciones tecnológicas que realmente aporten valor a sus organizaciones y contexto.
- Conectar habilidades interpersonales y competencias aprendidas para entender al usuario e identificar sus dolencias, siendo estas el centro para el diseño de soluciones.



## 6. TEMAS

1. La administración y los negocios digitales
2. Estrategias en negocios digitales
3. Tecnología y transformación digital
4. Análisis de datos y toma de decisiones
5. Gestión de negocios digitales
6. Human-centered design
7. Design Thinking (metodología del doble diamante)
8. Business Model Canvas
9. Lean Startup – Prototipar
10. Lean Startup – Testear

## 8. PLAN DE TRABAJO

### 8.1 Metodología

El curso tiene como base 4 metodologías principales que ayudan al entendimiento, reflexión y aprendizaje del alumno. Las metodologías usadas son la de Design Thinking, la cual busca generar la innovación y creación durante toda la experiencia del curso.

Se usa también la metodología de aula invertida, la cual busca optimizar el tiempo de clase dedicándose a desarrollar proyectos, ideas, y atender las necesidades de cada estudiante. La siguiente metodología utilizada es la TBL (team-based learning), donde el estudiante es motivado a trabajar de manera colaborativa y poner en práctica la teoría previamente aprendida y por último la metodología de aprendizaje basado en casos (ABC).

### 8.2 Sesiones de teoría

Las sesiones teóricas serán desarrolladas bajo la estructura de clase invertida, lo que significa que el estudiante es responsable por su aprendizaje y preparación para la sesión de clase. Esta metodología, combinada con teoría básica y con talleres prácticos, facilita el aprendizaje al estudiante y logra su comprensión y entendimiento de los negocios y desarrollo de proyectos.

### 8.3 Sesiones de práctica (laboratorio o taller)

Las sesiones de práctica se desarrollarán en grupos, enfocando el tiempo de estas sesiones en avanzar cada proyecto. El principal aprendizaje durante el curso se dará como resultado de las horas prácticas - en donde aplicas en el mundo real los conceptos revisados en espacios teóricos del curso. Para esto, serás parte de un equipo de 4 a 5 personas, y tendrás planteado un reto general que resolver.

Durante el aprendizaje práctico, serás llevado/a explícitamente a través de la metodología del doble diamante, en la cual podrás visualizar su avance y contextualizar la etapa en la que estés trabajando. La calificación se basará en 5 hitos de evaluación distribuidos a lo largo del





curso, que contempla los entregables de cada sesión, pero además una reflexión activa y constante de parte de los y las estudiantes con respecto a sus procesos de aprendizaje durante cada etapa.

## 9. SISTEMA DE EVALUACIÓN

El curso consta de los siguientes espacios de evaluación:

EVALUACIÓN	TEORÍA	SEMANA DE EVALUACIÓN	CARGA DE NOTAS
EVALUACIÓN CONTINUA (C)	<b>C 1</b> - Promedio de: Asistencia a clases, participación en clase, y otros elementos de evaluación que el docente considere necesarios como: exposiciones, evaluaciones individuales, trabajos, participación en foros, etc. (12%)	Desde la semana 1 a la semana 8	Todas las calificaciones serán cargadas a la plataforma en un plazo máximo de una semana después de haber sido evaluadas.
	<b>C 2</b> - Promedio de: Asistencia a clases, participación en clase, y otros elementos de evaluación que el docente considere necesarios como: exposiciones, evaluaciones individuales, trabajos, participación en foros, etc. (13%)	Desde la semana 9 a la semana 15	
PRÁCTICA CALIFICADA (PC)	<b>PC 1</b> - Práctica Calificada 1 (10%)	Semana 5	
	<b>PC 2</b> - Práctica Calificada 2 (15%)	Semana 10	
	<b>PC 3</b> - Práctica Calificada 3 (15%)	Semana 14	
PROYECTO (P)	<b>P</b> – Proyecto final (35%)	Semana 16	
TOTAL	<b>100%</b>		

## 10. REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICA:

- Brown, T (2009), Change by Design: How Design Thinking Transforms Organizations and Inspires Innovation, Harper Business
- Eyal, N. (2014), Hooked: How to Build Habit-Forming Products, Portfolio Penguin
- Kelley, D. & Kelley, T. (2013) Creative Confidence: Unleashing the Creative Potential Within Us All
- Knapp, J. (2016) Sprint: How to Solve Big Problems and Test New Ideas in Just Five Days, Simon & Schuster
- Olsen, Dan (2015), The Lean Product Playbook: How to Innovate with Minimum Viable Products and Rapid Customer Feedback





- Osterwalder, A. & Pigneur, Y. (2010) Business Model Generation: A Handbook for Visionaries, Game Changers, and Challengers
- Reis, E. (2012), El Método de Lean Startup, Deusto Ediciones.

