



## DISEÑO Y GESTIÓN DE MODELOS DE NEGOCIO

### 1. Generalidades

Nombre de la asignatura	Diseño y Gestión de Modelos de Negocio
Número de orden	30
Código	020363
Prerrequisito	(23) Emprendimiento e Innovación
Número de horas por ciclo	90
Horas teóricas presenciales por ciclo	31
Horas teóricas virtuales por ciclo	32
Horas prácticas presenciales por ciclo	13
Horas prácticas virtuales por ciclo	14
Duración del ciclo en semanas	17
Unidades valorativas	4
Identificación del ciclo académico	VII

### 2. Descripción de la asignatura

La asignatura busca que el estudiantado pueda comprender, diseñar y gestionar un modelo de negocio mediante la identificación e interrelación de todos los elementos que conforman la operatividad y estrategia general del negocio, para potenciar la propuesta de valor para todos los grupos de interés.

### 3. Objetivos de la asignatura

#### 3.1. Objetivo general

Conocer y aplicar las principales técnicas de análisis, diseño y gestión de modelos para mejorar la competitividad de un negocio, a través del análisis de las oportunidades de mercado.



### **3.2. Objetivos específicos**

- Comprender los conceptos y elementos clave que definen a un modelo de negocio con un enfoque de liderazgo integral.
- Aplicar las herramientas necesarias para el diseño de negocios a partir de los objetivos y la estrategia empresarial.
- Aplicar el proceso de toma de decisiones a través de la simulación de un modelo de negocio.

## **4. Unidades didácticas y contenidos de la asignatura**

### **Unidad 1: Los modelos de negocio**

#### **Contenidos de la Unidad**

- 1.1 Conceptos
- 1.2 Liderazgo integral aplicado al modelo de negocio
- 1.2 Tipología y enfoque de los modelos de negocio
- 1.3 La propuesta de valor integral
- 1.4 Nuevos modelos de gestión y certificaciones

### **Unidad 2: Diseño de modelos de negocio**

#### **Contenidos de la Unidad**

1. La estrategia y el modelo de negocio
2. Diseño integral de la propuesta de valor
  - 2.1. La filosofía empresarial
  - 2.2. El mercado: segmentos y nichos
  - 2.3. La cadena de valor y distribución
  - 2.4. Enfoque de sostenibilidad ambiental, social y económica
3. Establecimiento de indicadores

### **Unidad 3: Gestión de modelos de negocio**

#### **Contenidos de la Unidad**

1. Simulación del modelo de negocio
2. Proceso de toma de decisiones



### 3. Comunicación estratégica de la propuesta de valor

## 5. Estrategia metodológica

El enfoque principal de la materia es conocer el proceso de análisis, identificación y planteamiento de los elementos clave para generar propuestas de valor atractivas para los diferentes mercados.

Los modelos de negocio definen la base operativa y estratégica de las diferentes empresas y organizaciones, basándose en crear valor integral para todos los públicos objetivos.

Se desarrolla con un enfoque de semi presencialidad con actividades presenciales en el campus de la Universidad, clases sincrónicas a través de la plataforma de Google Meet y actividades asincrónicas mediante Moodle.

Las clases sincrónicas en Google Meet tienen como objetivo el desarrollar los temas teóricos y conocer las bases para la aplicación posterior en el diseño de un modelo de negocios.

Las actividades asincrónicas reforzarán conceptos teóricos aplicados a través de casos específicos de modelo de negocio, mediante lecturas, material audiovisual y evaluaciones.

La actividad virtual se desarrollará a través de la plataforma Moodle (LMS), que servirá como ambiente de aprendizaje y comunicación. En ella se desarrollarán actividades asincrónicas como foros virtuales, se publicarán las orientaciones (en formatos diversos) para que el estudiantado realice su trabajo de manera autónoma, se publicarán los recursos didácticos necesarios, se mantendrá informado al grupo de clase sobre actualizaciones durante el curso, se gestionará la entrega de tareas u otras actividades. Además, también se contará con otras herramientas como repositorios en la nube, editores en línea, aplicaciones o sitios web para la creación de contenido, entre otros.

El docente dará seguimiento al trabajo virtual, retroalimentando de manera oportuna a través del correo electrónico o algún otro medio virtual, así como también en las sesiones presenciales.



Con base en los objetivos de la asignatura, se dedicará un 30% al aprendizaje conceptual (teórico) y un 70% al aprendizaje práctico.

## 6. Evaluación

La evaluación de los aprendizajes se desarrollará bajo un enfoque formativo, prioritariamente, y sumativo, con base en los objetivos que se han propuesto para la asignatura. Los criterios específicos de evaluación serán definidos por el docente en la planificación de la práctica de aula que realizará.

El aprendizaje conceptual será evaluado a través de instrumentos como cuestionarios, pruebas objetivas, escalas, rúbricas, entre otros. Las actividades serán diversas: controles de lectura, síntesis de textos en organizadores, pruebas objetivas de diferente escala, ensayos, realización de guías de ejercicios, preguntas en clase, exposiciones, producción de materiales de diverso formato, por mencionar algunos ejemplos.

El aprendizaje práctico será evaluado a través de instrumentos como rúbricas y listas de cotejo. Algunas actividades relacionadas serán evaluaciones de desempeño en prácticas, exposiciones, presentación de informes, realización de proyectos.

La evaluación de prácticas, exposiciones y algunas pruebas objetivas, por ejemplo, se realizan presencialmente. Las actividades que se realicen virtualmente se gestionarán a través de la plataforma Moodle.

Según el Reglamento académico administrativo de la Universidad, se realizará un mínimo de tres actividades calificadas. En coherencia con el enfoque metodológico de la asignatura la evaluación del aprendizaje conceptual (teórico) corresponderá al 30% y la del aprendizaje práctico, al 70%.

## 7. Referencias bibliográficas

- Osterwalder, A., & Euchner, J. (2019). Business Model Innovation: An Interview with Alex Osterwalder. *Research Technology Management*, 62(4), 12–18. <https://doi.org/10.1080/08956308.2019.1613114>
- Donovan A. McFarlane. (2017). Osterwalder's business model canvas: Its genesis, features, comparison, benefits and limitations. *Westcliff International Journal of Applied Research*, 1(2), 24–27. <https://doi.org/10.47670/wuwijar201712DAMC>



- Ramírez, Elbar, Margot Cajigas Romero, and David Ramírez Cajigas. 2018. Modelos de Negocio Dinámicos. Ecoe Ediciones. <https://search.ebscohost.com/login.aspx?direct=true&db=edselb&AN=edselb.131878&lang=es&site=eds-live>.
- Tennent, John, and Graham Friend. 2022. Cómo Delinear Un Modelo de Negocios. 1. ed. Colección Finanzas y Negocios: 2. Cuatro Media. Accessed August 12. <https://search.ebscohost.com/login.aspx?direct=true&db=cat05803a&AN=uca.146286&lang=es&site=eds-live>.
- Héctor Montiel Campos. 2015. De La Idea de Negocio a La Alerta Empresarial: Precursores Del Plan de Negocios. Grupo Editorial Patria. <https://search.ebscohost.com/login.aspx?direct=true&db=edselb&AN=edselb.40380&lang=es&site=eds-live>.
- Oscar Hugo Pedraza Rendón. 2015. Modelo Del Plan de Negocios: Para La Micro y Pequeña Empresa. Grupo Editorial Patria. <https://search.ebscohost.com/login.aspx?direct=true&db=edselb&AN=edselb.39387&lang=es&site=eds-live>.

### **Bases de datos**

EBSCO; IMF eLibrary; Google Académico