



Oportunidades de mercados para PYMES

Datos generales

Nombre de la asignatura		Nivel de formación	Clave de la asignatura
Oportunidades de mercados para PYMES		Licenciatura	IH009
Prerrequisito		Area de formación	Departamento
-		Especializante Obligatoria	Departamento de Mercadotecnia y Negocios Internacionales
Academia	Modalidad	Tipo de asignatura	Prerrequisito de % de créditos
Innovación y Creatividad en los Negocios	Presencial	Curso-Taller	0 %

Carga horaria

Teoría Práctica Total Créditos

40 40 80 8

Trayectoria de la asignatura

-

Contenido del programa

Presentación

El curso de Oportunidades de mercados para las Pymes está formado desde la perspectivas del emprendedurismo y/o intra emprendedurismo.

Objetivos del programa

Objetivo general

Analizará las características personales, del equipo y del entorno que inciden en el desarrollo de las oportunidades de emprendimiento en una empresa (intraemprendimiento) o una *startup* (nuevo emprendimiento).

Utilizará los datos primarios y secundarios, aplicando diferentes análisis basados en métodos cuantitativos, entre otros, que le permitan apoyar sus decisiones de ingreso o no ingreso a nuevos mercados.

Contenido

Contenido temático

La Oportunidad y su contexto: ¿Jalón de Mercado / Empuje Tecnológico?

ISO 56007

La PYME y su contexto

Las estructuras de los mercados y sus decisiones económicas

Gestión de la Innovación e Inteligencia competitiva,

Fuentes y Tipos de Innovación

Segmentar → Los primeros 6 pasos de "La Disciplina de Emprender"

Contenido temático

ISO 65007 ¿Qué es una oportunidad?

FFE/FEI, Modelo *IpOp*, *Job to be done*, etc.

Decisiones económicas - optimización

Fuentes de innovación

Tipos de innovación

Prospectiva

Cadena de valor interna - Elección tecnológica

Elección tecnológica PEQ

Modelo de Gestión de Tecnología

Inteligencia Competitiva

ODS 2030, El caso agua-ERC-Chapala

Empresas Innovadoras

Declaraciones Proyectos equipo

Anatomía de una Patente

Avances de proyecto final

Presentación proyecto final

Actividades prácticas

-

Metodología

-

Evaluación

Los criterios de evaluación del curso se definen por los miembros de la academia y considerándose los siguientes elementos:

Asistencia al 80% de las clases para el período ordinario.

Asistencia al 65% de las clases para el período extraordinario, fecha límite para examen y registro de calificaciones

La evaluación del curso implicará la entrega de Tareas con la siguiente ponderación:

Individuales: 40% En equipo: 60%

Bibliografías

Bibliografía

Libro

La disciplina de emprender: 24 pasos para lanzar una startup exitosa.

Aulet, B. (2015) LID Editorial No. Ed 1

ISBN: 9788483564066

Libro

El WorkBook de La disciplina de emprender.

Aulet, B. (2018) LID Editorial No. Ed 1

ISBN: 9788416624270

Libro

Change by design: How design thinking creates new alternatives for business and society.

Brown, T. (2009) Collins Business No. Ed 1

ISBN: 9780062856623

Libro

La esencia del cultivo de tu fregonería

Canales, E. (2002) Ediciones Castillo No. Ed 1

ISBN: 9789702002840

Libro

Ofrezca a sus Clientes lo que Desean.

Ulwick, A. (2006) Mc Graw Hill Interamerica No. Ed 1

ISBN: 9701059018

Otros materiales

-

Perfil del profesor

Contar con Licenciatura o posgrado de preferencia en área económico-administrativa, con experiencia deseable en el área de 2 años mínimo.

Lugar y fecha de su aprobación

Zapopan, Jalisco. Viernes 4 de Julio de 2025.

Instancias que aprobaron el programa

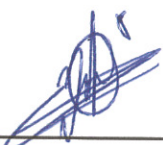
Se aprobó por Colegio Departamental el Jueves 7 de Agosto de 2025.



Presidente de la Academia



Jefe del Departamento



Secretario de la Academia