

PROGRAMA ANALÍTICO.

1. Datos de identificación:

- | | |
|---|--|
| • Nombre de la institución y de la dependencia: | Universidad Autónoma de Nuevo León |
| • Nombre de la unidad de aprendizaje: | Liderazgo, emprendimiento e innovación |
| • Horas aula-teoría y/o práctica, totales: | 40 horas |
| • Horas extra aula totales: | 20 horas |
| • Modalidad: | Escolarizada |
| • Tipo de periodo académico: | Semestre |
| • Tipo de Unidad de aprendizaje: | Obligatoria |
| • Área Curricular: | Formación General Universitaria |
| • Créditos UANL: | 2 |
| • Fecha de elaboración: | 18/enero/2016 |
| • Fecha de última actualización: | 18/enero/2016 |
|
 | |
| • Responsable (s) del diseño: | M.A. Francisco Jesús Barrera Cortinas, Dr. Luis Agustín Cárdenas Franco,
L.B.G. Ángela Gabriela Carrillo Rodríguez, M.C. Irma Leticia Garza González,
M.C. José Alfredo Godinez Yerena, Dr. Ricardo Gómez Flores, Mtro. Fernando
Javier Gómez Triana, Ing. Adrián Gerardo Marroquín Ortega y M.E.S. Lucinda
Sepúlveda García |

Colaboradores: M.C. René Martínez Cruz y L.B.G. Noé Javier Cavazos Escamilla

2. Presentación:

La unidad de aprendizaje (UA) Liderazgo, emprendimiento e innovación comprende tres fases por las cuales se guiará al estudiante, primeramente se verá la fase de liderazgo donde se reconocerá la importancia de la comunicación al mismo tiempo que se exploran las teorías de liderazgo, estilos de liderazgo y sus funciones en una organización, posteriormente se inicia la fase de innovación para que reconozca la importancia de ésta en cualquier proyecto empresarial, estimulando así el desarrollo de la creatividad, buscando impactar en la generación de productos y servicios innovadores que faciliten una ventaja competitiva, la última fase busca que el estudiante reconozca los diferentes tipos de empresas que existen en México y su estructura organizacional, además de los conceptos generales de emprendimiento y las áreas de oportunidad universitarias que contribuyen al desarrollo empresarial; finalizando con un producto integrador llamado Plan de desarrollo personal, abreviado como PDP el cual se formará con tres aspectos que son abordados a lo largo de cada una de las fases incluyendo lo siguiente: PDP Descriptivo, PDP Marketing personal y PDP Evaluación matriz de propuesta transformadora.

3. Propósito:

En esta unidad de aprendizaje el estudiante desarrollará las competencias que lo lleven a emplear el pensamiento lógico, crítico y creativo, encaminado al ejercicio de un liderazgo con capacidad para dirigir y coordinar nuevos proyectos académicos y profesionales inter, multi y transdisciplinarios con responsabilidad social en el contexto local, nacional e internacional coadyuvando con una visión de competitividad, ambición y autogestión mediante experiencias educativas que le permitan desarrollar una actitud proactiva hacia el fortalecimiento de una organización.

4. Enunciar las competencias del perfil de egreso:

Competencias generales a las que contribuye esta unidad de aprendizaje:

Instrumentales:

1. Aplicar estrategias de aprendizaje autónomo en los diferentes niveles y campos del conocimiento que le permitan la toma de decisiones oportunas y pertinentes en los ámbitos personal, académico y profesional.
5. Emplear pensamiento lógico, crítico, creativo y propositivo para analizar fenómenos naturales y sociales que le permitan tomar decisiones pertinentes en su ámbito de influencia con responsabilidad social.
7. Elaborar propuestas académicas y profesionales inter, multi y transdisciplinarias de acuerdo a las mejores prácticas mundiales para fomentar y consolidar el trabajo colaborativo.

Personales y de interacción social:

10. Intervenir frente a los retos de la sociedad contemporánea en lo local y global con actitud crítica y compromiso humano, académico y profesional para contribuir a consolidar el bienestar general y el desarrollo sustentable.

Integradoras:

13. Asumir el liderazgo comprometido con las necesidades sociales y profesionales para promover el cambio social pertinente.

5. Representación gráfica:

Concientización sobre la importancia del liderazgo, innovación y emprendimiento.

PIA: Plan de desarrollo personal (PDP)

- Descriptivo.
- Marketing personal.
- Evaluación de la propuesta transformadora.

Liderazgo

- Identificar las barreras de la comunicación.
- Reconocer estilos de liderazgo y la responsabilidad en la toma de decisiones.

Emprendimiento

- Analizar los conceptos de emprendimiento y la clasificación de emprendedores.
- Conocer los tipos de empresas y estructura organizacional.

Innovación

- Exploración de técnicas de creatividad e innovación.
- Conocer los elementos para la protección de la propiedad industrial.

6. Estructuración en capítulos, etapas, o fases, de la unidad de aprendizaje:

Fase 1. Liderazgo.				
Elemento de competencia:				
1.1 Reconocer los estilos de liderazgo mediante diversas teorías de trabajo colaborativo, comprendiendo los diversos roles existentes en una dinámica de trabajo grupal que mejoren la toma de decisiones ante cualquier situación problemática.				
Evidencias de aprendizaje	Criterios de desempeño	Actividades de aprendizaje	Contenidos	Recursos
1. Reporte de análisis de un grupo de trabajo donde identifica los tipos de liderazgo y efectos en la comunicación organizacional.	<ul style="list-style-type: none"> Análisis por equipos de un caso de estudio con su propuesta de estrategia de mejora de la comunicación. Exponer creativa e interesantemente la información incluyendo: cuadro comparativo, mapas o esquemas para presentar la información. Identificar las características de un líder autocrático y participativo. Añadir evidencias visuales del grupo analizado. Incluir portada establecida previamente en clase. Relacionar los estilos de liderazgo con al menos 10 acciones de elementos expuestos en las películas facilitadas por el profesor. 	<ul style="list-style-type: none"> El profesor introducirá a los estudiantes en los fundamentos de la comunicación y la influencia en la transmisión de la información mediante preguntas intercaladas. Mediante el análisis de un problema donde se destacan las principales fallas de comunicación el profesor enfatizará las barreras en la comunicación, la importancia de la retroalimentación y la comunicación interpersonal donde los estudiantes analizarán elementos para evitarlos y disminuir el impacto negativo. Los estudiantes expondrán un problema de comunicación no verbal preferentemente en una organización y la estrategia para solucionarla mediante un roleplaying o dramatización. El docente permitirá que los estudiantes reflexionen sobre la importancia de la retroalimentación pidiéndoles que se organicen en equipos con un líder cada uno, pero algunos equipos si podrán retroalimentar y otros no al líder ante diversas tareas grupales, ejemplo: <ul style="list-style-type: none"> Dibujar una figura geométrica. 	<ul style="list-style-type: none"> El proceso de la transmisión de la información con sus fundamentos, influencia en la comunicación, barreras en la comunicación, retroalimentación y la comunicación interpersonal. Elementos de la comunicación formal en una organización. 	<ul style="list-style-type: none"> Presentación en power point sobre liderazgo. Caso práctico sobre las ventajas de la retroalimentación (actividad No.1). Comunicación no verbal (actividad No.2).

		<ul style="list-style-type: none"> - Hacer la planeación de una fiesta. - Idear un producto atendiendo una necesidad de una comunidad. 		
		<ul style="list-style-type: none"> • El profesor introducirá a los estudiantes en los fundamentos de liderazgo, la relación de liderar y administrar, el modelo de liderazgo situacional y las teorías de liderazgo con ejemplos cotidianos del área profesional y del aspecto personal. • Los estudiantes contestarán las 12 situaciones sobre problemas y resolución de problemas para identificar su estilo de liderazgo. • El profesor enfatizará la responsabilidad en la toma de decisiones en una organización preguntando a los estudiantes cuales son los aprendizajes que han obtenido. • Los estudiantes valorarán las decisiones tomadas en equipo con una actividad guiada por el profesor: donde se plantea que deben sobrevivir en el desierto y deben tomar decisiones para en equipo salir adelante para identificar los tipo de roles que juegan en un equipo. • El profesor explicará los lineamientos para contestar el test de liderazgo, incluyendo la forma de encontrar el resultado, así como las estrategias para desarrollar las habilidades que les permitirán ser un líder eficaz. • El estudiante de forma individual contestará el test de liderazgo, realiza su auto análisis y establece las estrategias que aplicará para ser 	<ul style="list-style-type: none"> • Fundamentos del liderazgo con la relación entre liderar y administrar. • El enfoque de los rasgos y el modelo de liderazgo situacional. • Las teorías de liderazgo que enfatizan las situaciones en una organización. • La importancia en la flexibilidad de un líder. • Los estilos liderazgo emergente y los temas de actualidad de liderazgo. • La responsabilidad en la toma de decisiones en una organización. • Como se elabora un FODA 	<ul style="list-style-type: none"> • Segmentos de películas donde identifican los estilos de liderazgo (actividades No.4 y 5) • Encuentre su estilo de liderazgo "Test de liderazgo" (actividad No.6). • Dinámica de trabajo en equipo (actividad No. 7).

		un líder eficaz (actividad con ponderación 10 pts.).		
--	--	--	--	--

Fase 2. Innovación. Elemento de competencia:				
2.1 Promover el pensamiento creativo e innovador mediante la aplicación de técnicas de creatividad y métodos considerando la protección de la propiedad industrial como patentes, modelos de utilidad, marcas y diseños industriales para generar propuestas innovadoras que impacten en productos, procesos y servicios.				
Evidencias de aprendizaje	Criterios de desempeño	Actividades de aprendizaje	Contenidos	Recursos
2. Presentar por escrito una idea creativa y potencialmente innovadora para la creación o modificación de un producto o servicio.	<ul style="list-style-type: none"> • Fundamenta la novedad y el impacto de la idea sobre lo que existe o sobre un producto o servicio nuevo. • Aplica técnicas de creatividad a la solución de problemas. • Entrega por escrito una propuesta innovadora para un producto o servicio existente o nuevo (anexos 1.A y 1.B). • Analiza las herramientas de inteligencia de mercado para sustentar la innovación propuesta. • Entrega de reporte de técnicas de inteligencia de mercado a desarrollar, para respaldar la innovación en producto/servicio. 	<ul style="list-style-type: none"> • En el grupo se definirán los tipos de imaginación, creatividad e innovación y su impacto en las organizaciones o empresas. • Se realizarán ejercicios y dinámicas de creatividad, mostrando las ventajas de implementar técnicas de creatividad e innovación para la solución de problemas de inventiva. • Se presentarán herramientas de inteligencia de mercado, aplicando casos prácticos y ejercicios aplicando técnicas de análisis. 	<ul style="list-style-type: none"> • Pensamiento creativo e innovador. • Impacto de la innovación en una organización. • Técnicas para innovar: <ul style="list-style-type: none"> - divergentes. - convergentes. • Técnicas de creatividad e innovación aplicadas actualmente (WASI, CPS, 6HATS, etc.). • Implementación de técnicas para innovar. • Definición de inteligencia de mercado, diferencia y complemento con vigilancia tecnológica para respaldar una 	<ul style="list-style-type: none"> • Ejercicios de creatividad resueltos en forma grupal. • Aula equipada con proyector. • Oropesa M. R. (1992): "Creatividad e innovación empresarial". Panorama Editorial. S.A. de C.V., México. • Altshuller G. (1997): "Introducción a la Innovación Sistemática: TRIZ, de pronto apareció el inventor". Internet Global, S. L., España. • Sitio web con técnicas de creatividad e innovación: www.mycoted.com • Bases de datos electrónicas:

<p>3. Reporte de identificación de las figuras jurídicas del producto/servicio o seleccionado por el estudiante, relacionado con el área de su profesión.</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Identifica las figuras jurídicas que aplican en el producto o servicio seleccionado: • Describe qué concretamente del producto/servicio se protege por: <ul style="list-style-type: none"> - patente. - modelo de utilidad. - diseño industrial. - o alguna otra figura jurídica que aplique (signos distintivos o derecho de autor, etc.). • El reporte presenta el estado del arte relacionado con el producto/servicio seleccionado y se fundamenta la novedad de éste. • El reporte describe en cuanto a la(s) marca(s): <ul style="list-style-type: none"> - productos o servicios protegidos por la marca (clases); - nombre de la marca; - tipo de marca: nominada, innominada, mixta o tridimensional (anexo 2). 	<ul style="list-style-type: none"> • El docente iniciará tomando como ejemplo alguna herramienta o producto relacionado a su área de conocimiento, para explicar oralmente que ese objeto cuenta con protección de la propiedad intelectual, así como los conceptos, características y clasificación de la propiedad intelectual. • El docente explicará el concepto y la importancia de realizar una búsqueda del estado del arte, como paso inicial en la propuesta de una idea innovadora para la creación de un producto o servicio; expondrá las diferentes fuentes donde el estudiante podrá encontrar patentes u otros registros de propiedad industrial, así como información de "literatura no patente", aplicando casos y ejercicios prácticos. • El docente explicará que el principal paso al iniciar un proyecto como emprendedor es realizar una búsqueda de antecedentes de marcas, para ver si es viable la protección de la marca del producto o servicio a emprender, para ello en el grupo se realizará: <ul style="list-style-type: none"> - búsqueda de una marca ya registrada en MARCANET. - Identificación de la(s) clase(s) que se protegen. - anexo 3 (Diagrama de flujo de 	<p>innovación propuesta.</p> <ul style="list-style-type: none"> • Presentar propuestas de proceso sistemático de inteligencia de mercado y su aplicación en la empresa. <ul style="list-style-type: none"> • Introducción a la propiedad intelectual, sus elementos de protección y su clasificación: • Derechos de autor <ul style="list-style-type: none"> - obras artísticas y literarias. • Propiedad industrial <ul style="list-style-type: none"> - Patente. - registro de modelo de utilidad. - registro de diseño industrial. - registro de signos distintivos. • Derechos de obtentor • Definición de búsqueda tecnológica o vigilancia tecnológica, su importancia y aplicación. 	<ul style="list-style-type: none"> - Ebscohost, Emerald, Cambridge Collection. • W. Chan Kim and Renée Mauborgne, "Blue Ocean Strategy" (2011) https://www.blueoceanstrategy.com/what-is-blue-ocean-strategy/ • Folletos sobre principios básicos de P.I. y guías de usuario: <ul style="list-style-type: none"> - Folleto de principios básicos del derecho de autor y los derechos conexos de la OMPI. http://www.wipo.int/edocs/pubdocs/es/intpropert y/909/wipo_pub_909.pdf - Folleto de principios básicos de la propiedad industrial de la OMPI. http://www.wipo.int/edocs/pubdocs/es/intpropert y/895/wipo_pub_895.pdf - Guía de usuario de Patentes y Modelos de Utilidad del IMPI. http://www.impi.gob.mx/patentes/Paginas/GuiaPatentesModelosUtilidad.aspx - Guía de usuario de Diseños Industriales del IMPI. http://www.impi.gob.mx/patentes/Paginas/GuiaDisenosIndustriales.aspx - Guía de usuario de
---	--	--	--	--

		<p>búsqueda fonética –sin valor, como apoyo al profesor-).</p> <ul style="list-style-type: none">• El docente expondrá el reporte de un producto o servicio para ejemplificar el proceso de identificación de las figuras jurídicas para que los estudiantes comprendan los pasos en su elaboración.		<p>Signos Distintivos del IMPI. http://www.impi.gob.mx/marcas/Paginas/GuiaSignosDistintivos.aspx</p> <ul style="list-style-type: none">• Sitios web de algunas oficinas encargadas de la protección de la propiedad intelectual:<ul style="list-style-type: none">- Organización Mundial de la Propiedad Intelectual. http://www.wipo.int/about-ip/es/- Instituto Mexicano de la Propiedad Industrial. http://www.impi.gob.mx/- Instituto Nacional del Derecho de Autor. http://www.indautor.gob.mx/- Oficina de Patentes y Marcas de Estados Unidos. www.uspto.gov- Oficina Europea de Patentes. www.european-patent-office.org- Oficina Española de Patentes y Marcas.<ul style="list-style-type: none">- www.oepm.es- Oficina de Patentes de Japón.- http://www.jpo.go.jp• Sitio web del Sistema de Consulta Externa de Marcas MARCANET del IMPI. http://marcanet.impi.gob.mx/marcanet/controler/home
--	--	--	--	---

				<ul style="list-style-type: none"> • Diagrama de flujo de búsqueda fonética (anexo 3 –sin valor, como apoyo al profesor-)
--	--	--	--	--

Fase 3. Emprendimiento.				
Elemento de competencia:				
3.1 Comprender qué es una empresa y cómo se estructura, así como las dependencias de apoyo universitarias para quienes desean continuar con un proyecto de emprendimiento fomentando así una actitud proactiva.				
Evidencias de aprendizaje	Criterios de desempeño	Actividades de aprendizaje	Contenidos	Recursos
4. Presentación de reporte del análisis de una problemática real en un departamento de una empresa de su comunidad, local o nacional con su propuesta de solución.	<ul style="list-style-type: none"> • Identifica el tipo de empresa y la conformación organizacional de la empresa seleccionada. • Expone el análisis FODA de la empresa analizada. • Considera los recursos disponibles y apoyos (internos/externos) para la propuesta de solución de la empresa. • Maneja una dinámica innovadora para presentar la información que promueva la participación de los compañeros. 	<ul style="list-style-type: none"> • El docente realizará una evaluación diagnóstica por medio de preguntas guiadas, cuestionando sobre los conceptos de emprendimiento, emprendedor, clasificación, etc. • El docente realizará la presentación de casos mediante la simulación de negocios viendo el contexto y las partes que lo involucra. • Los estudiantes realizarán una exploración de los tipos de empresas que actualmente existen en México y su estructura organizacional. • Por equipos investigarán los tipos de emprendedores, con cuál de ellos se identifican y ¿por qué? • Los estudiantes identificarán áreas de oportunidad y posibles fallas que se suscitan en los negocios. 	<ul style="list-style-type: none"> • Conceptos de emprendimiento. • Clasificación de emprendedores. • Definición y tipos de empresas. • Estructura organizacional. • Dependencias de apoyo universitarias al área de emprendimiento. 	<ul style="list-style-type: none"> • Aula equipada con proyector. • Herramienta de un simulador de negocios (maletín de negocios). • Caso de Enviaflores.com: https://www.youtube.com/watch?v=aZBvrvtU21k • Caso de 3D Robotics: https://www.youtube.com/watch?v=ayJFZSuDJqY • Caso de Armados Omega: https://www.youtube.com/watch?v=fy6y0vqafnY • Caso de Thule: https://www.youtube.com/watch?v=vpiuJc1tIGA

		<ul style="list-style-type: none">• El docente entregará al estudiante ejemplos de casos de éxito de emprendedores (verificar las ligas en los recursos).• El docente presentará a los estudiantes las diferentes opciones de apoyo disponibles para los emprendedores.• Los estudiantes presentarán en equipo el estudio de los apoyos y recursos disponibles en la Universidad, para desarrollar su negocio.		<ul style="list-style-type: none">• Dependencias de apoyo universitarias al área de emprendimiento:• Organigrama de la UANL: http://www.uanl.mx/universidad/organigrama/ciETT.html• Instituto Nacional del Emprendedor: https://www.inadem.gob.mx/• Alcaraz Rodríguez, Rafael (2011[1996]): El emprendedor de éxito., 4ª. Ed. McGraw Hill/Interamericana Editores, México.• Prieto Sierra, Carlos (2014): Emprendimiento: Conceptos y plan de negocios. Pearson Educación de México. México.
--	--	--	--	---

7. Evaluación integral de procesos y productos (ponderación / evaluación sumativa):

Fase	Evidencias/ Actividades	Puntos	Total de puntos
Liderazgo	1. Reporte de análisis de un grupo de trabajo donde identifica tipos de liderazgo y efectos en la comunicación organizacional.	10	20
	Reflexión crítica sobre actividad de Test de Liderazgo	10	
Innovación	2. Identifica y presenta por escrito una idea creativa y potencialmente innovadora para la creación o modificación de un producto o servicio (incluye rúbrica).	10	20
	3. Reporte de identificación de las figuras jurídicas del producto/servicio seleccionado por el estudiante, relacionado al área de su profesión (incluye rúbrica).	10	
Emprendimiento	4. Presentación de reporte del análisis de una problemática real en un departamento de una empresa de su comunidad, local o nacional con su propuesta de solución.	20	20
Plan de desarrollo personal (PDP)	PDP Descriptivo. PDP Marketing personal. PDP Evaluación matriz de propuesta transformadora.	40	40

8. Producto integrador del aprendizaje de la unidad de aprendizaje:

El PÍA se llamará PDP (Plan de desarrollo personal) y se construye con 3 aspectos: PDP Descriptivo, PDP Marketing personal y PDP Evaluación matriz de propuesta transformadora, que cada uno aborda a lo largo de cada una de las 3 fases (anexo 4).

9. Fuentes de apoyo y consulta (bibliografía, hemerografía, fuentes electrónicas):

BIBLIOGRAFÍA:

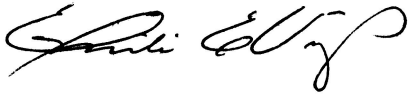
- Casares A. David (2000). *El liderazgo y educación*. México: Fondo de Cultura Económica.
- Rodríguez, E. Mauro. (1995) *Mil ejercicios de creatividad clasificados*. Ed. McGRAW-HILL.
- Pret Ricardo(2004), *El libro de la Innovación y la creatividad*. Editorial Zalezhidalgo
- Alcaraz Rodríguez, Rafael (2011[1996]): *El emprendedor de éxito*. McGraw Hill/Interamericana Editores, S.A. de C.V., México, D.F., 4a. Ed.
- Buzán, Tony, (2008) *El poder de la inteligencia creativa*. España: Ed. Urano.
- Castilla A., Garza R., Sáenz L., Sepúlveda, L. (2009). *Emprendedor competitivo: Líder innovador*. Grupo Editorial Patria, S.A. de C.V., México.
- Sitio web de la Organización Mundial de la Propiedad Intelectual (<http://www.wipo.int/about-ip/es/>).
- Sitio web del Instituto Mexicano de la Propiedad Industrial (<http://www.impi.gob.mx/>).
- Sitio web del Instituto Nacional del Derecho de Autor (<http://www.indautor.gob.mx/>).
- Acuerdo de los aspectos de los derechos de propiedad intelectual relacionados con el comercio (http://www.wipo.int/treaties/es/text.jsp?file_id=305906).
- Convenio de París para la protección de la Propiedad Industrial (http://www.wipo.int/treaties/es/text.jsp?file_id=288515).
- Ley Federal del Derecho de Autor (http://www.wipo.int/wipolex/es/text.jsp?file_id=340767).
- Ley de la Propiedad Industrial (http://www.wipo.int/wipolex/es/text.jsp?file_id=264465).
- Folleto de principios básicos del derecho de autor y los derechos conexos de la OMPI (http://www.wipo.int/edocs/pubdocs/es/intproperty/909/wipo_pub_909.pdf).
- Folleto de principios básicos de la propiedad industrial de la OMPI (http://www.wipo.int/edocs/pubdocs/es/intproperty/895/wipo_pub_895.pdf).
- Guía de usuario del Patentes y Modelos de Utilidad del IMPI (<http://www.impi.gob.mx/patentes/Paginas/GuiaPatentesModelosUtilidad.aspx>).
- Guía de usuario de Diseños Industriales del IMPI (<http://www.impi.gob.mx/patentes/Paginas/GuiaDisenosIndustriales.aspx>).
- Guía de usuario de Signos Distintivos del IMPI (<http://www.impi.gob.mx/marcas/Paginas/GuiaSignosDistintivos.aspx>).
- Sitio web del Sistema de Consulta Externa de Marcas MARCANET del IMPI (<http://marcanet.impi.gob.mx/marcanet/controler/home>).
- Prieto Sierra, Carlos (2014): *Emprendimiento Conceptos y plan de negocios*. Pearson Educación de México, S.A. de C.V., México.
- Sitio de la Secretaría de Economía (www.economia.gob.mx).
- Sitio del Instituto Nacional del Emprendedor (www.inadem.gob.mx).
- Sitio del Instituto Nacional de Estadística y Geografía (www.inegi.org.mx).
- Sitio de la Secretaría de Relaciones Exteriores (www.sre.gob.mx).
- Sitio de Directorio de Notarios en Mexico (www.notarios.com.mx).
- Sitio Tuempresa.gob.mx (www.tuempresa.gob.mx).
- Sitio de la Secretaría de Hacienda y Crédito Público (www.shcp.gob.mx).
- Sitio del Servicio de Administración Tributaria (www.sat.gob.mx).
- Sitio del Instituto Mexicano del Seguro Social (www.imss.gob.mx).
- Sitio del Instituto del Fondo Nacional de la Vivienda para los Trabajadores (www.infonavit.org.mx).
- Sitio del Sistema de Información Empresarial Mexicano (www.siem.gob.mx).
- Sitio de la Secretaría de Salud (www.salud.gob.mx).
- Sitio de la Secretaría del Trabajo y Previsión Social (www.stps.gob.mx).
- Sitio del Instituto Mexicano de la Propiedad Industrial (www.impi.gob.mx).

Sitio de la Secretaría de Desarrollo Social (www.sedesol.gob.mx).

Sitio de la Secretaría de Agricultura, Ganadería Desarrollo Rural, Pesca y Alimentación (www.sagarpa.gob.mx).

Sitio de la Secretaría de Medio Ambiente y Recursos Naturales (www.semarnat.gob.mx).

Oropeza M. R. (1992): "Creatividad e innovación empresarial". Panorama Editorial. S.A. de C.V., México.

<p>Área Curricular Formación General Universitaria Aprobado por el H. Consejo Universitario, el 9 de junio de 2005</p>	<p>Vo. Bo.</p>  <p>Q.F.B. Emilia E. Vásquez Farías Directora del Sistema de Estudios de Licenciatura</p>
--	--

ANEXO 1.A. Instrumento para la evaluación cuantitativa de la evidencia 2 (fase 2: innovación).

El facilitador deberá evaluar de manera cuantitativa y cualitativa la evidencia de fase 2, consistente en presentar una idea con valor de factibilidad que cumpla con: novedad, valor y aplicación, mediante alguna técnica de creatividad, incluyendo los estudios sobre registro de la propiedad industrial de dicha idea.

Los aspectos cuantitativos representarán 6 puntos de la ponderación total de la unidad de aprendizaje y se evaluarán conforme a la siguiente lista de cotejo:

ACTIVIDAD	INDICADORES	SI	NO	VALOR
	¿La presentación es aceptable?			1 PUNTO
Técnica de creatividad	¿La técnica es asimilable por los oyentes?			1 PUNTO
	¿Describe la utilidad creativa?			
Idea	¿Se capta por la audiencia la originalidad de la idea?			2 PUNTOS
Original	¿Hay evidencia de que ya existe o existió?			
Registro de propiedad industrial	¿Describe la idea conceptualizada o hace referencia a ésta?			2 PUNTOS
	¿Puede considerarse arte previo?			
		Total:		(6 PUNTOS)

ANEXO 1.B. Instrumento para la evaluación cualitativa de la evidencia 2 (fase 2: innovación).

Los aspectos cualitativos representarán 4 puntos de la ponderación total de la unidad de aprendizaje y se evaluarán de conformidad con los criterios de desempeño contenidos en la siguiente rúbrica:

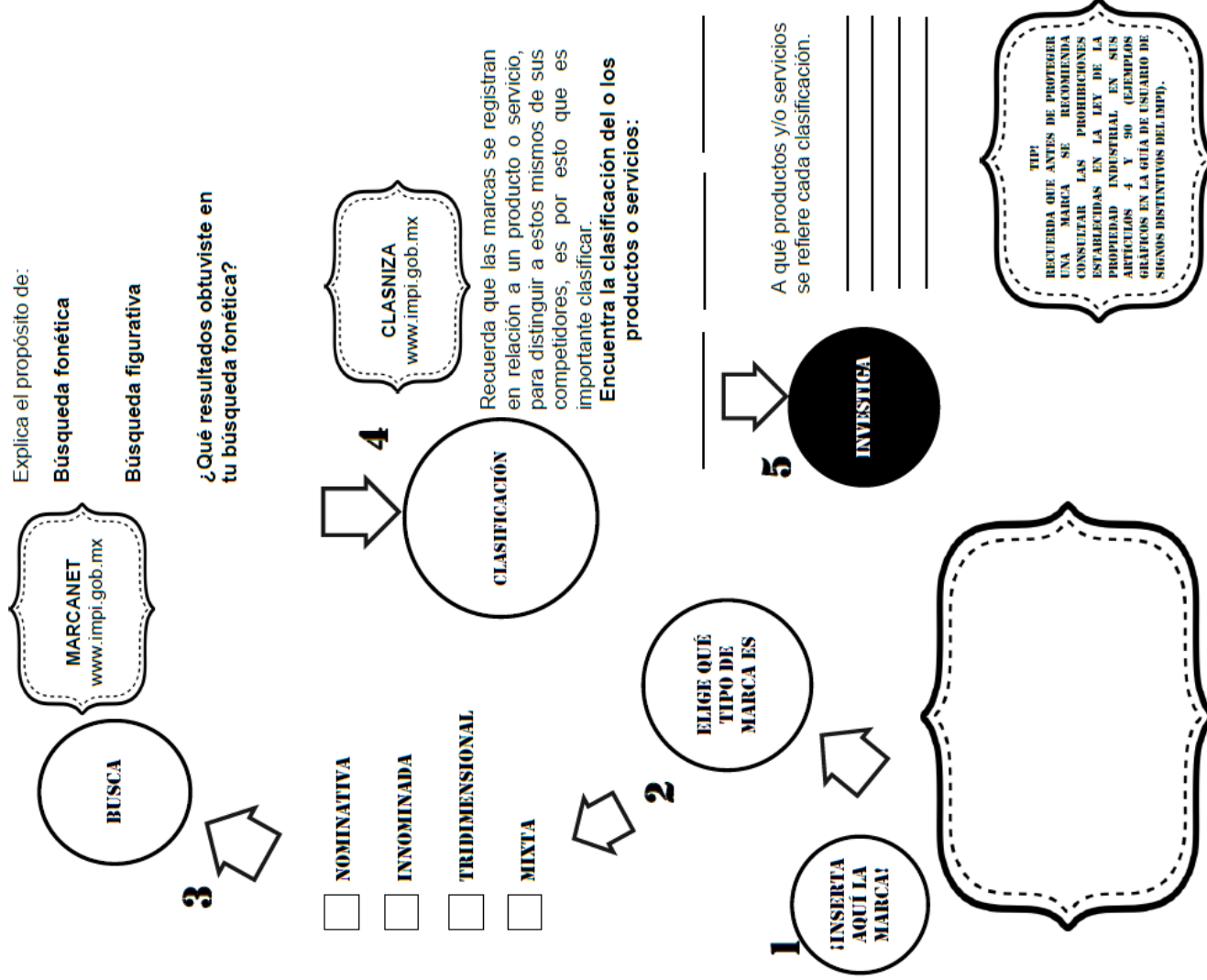
COMPRENSIÓN PROFUNDA	PROFUNDA	SUPERFICIAL	SUPERFICIAL	NULA
NIVEL 5	NIVEL 4	NIVEL 3	NIVEL 2	NIVEL 1
4 PUNTOS	3 PUNTOS	2 PUNTOS	1 PUNTOS	0 PUNTOS
El estudiante es capaz de elaborar conclusiones propias partiendo de una estructura sintetizada en la relación de aspectos relevantes.	El estudiante es capaz de relacionar los diversos elementos con lógica, coherencia y estructura, pero interpretación personal débil.	El estudiante se enfoca en varios aspectos relevantes, pero los considera de forma independiente, sin relacionarlos entre sí.	El estudiante se enfoca sólo en un aspecto relevante.	El estudiante utiliza información irrelevante y se aleja de la idea principal.

ANEXO 2. Instrumento para la evaluación cualitativa de la evidencia 3 (fase 2: innovación).

TEMA	CRITERIOS	VALOR MÁXIMO DE PUNTOS
Presentación del proyecto	Reporte escrito en donde se describe el producto o servicio seleccionado.	1 PUNTO
Propiedad intelectual	Se identifican correctamente todas las posibilidades de protección del producto o servicio.	2 PUNTOS
Estado del arte	Se presenta el estado del arte del producto o servicio seleccionado.	1 PUNTO
	Se fundamenta la novedad del producto o servicio seleccionado.	1 PUNTO
Signos distintivos (marcas)	Se presenta el nombre o logo de la marca.	1 PUNTO
	Se describen las clases (productos o servicios) que se protegen mediante la marca del producto o servicio seleccionado.	1 PUNTO
	Se identifica el tipo de marca (nominativa, innominada, tridimensional o mixta).	1 PUNTO
	Se fundamenta la viabilidad de protección de la marca (cumplimiento con los requisitos de distinción, no existe identidad o similitud a marcas anteriores, no induce a confusión en el consumidor y no afecta el orden público y moral).	2 PUNTOS
		Total: (10 PUNTOS)

ANEXO 3. Diagrama de flujo de búsqueda fonética

Diagrama de Flujo de Búsqueda Fonética



ANEXO 4. PLAN DE DESARROLLO PERSONAL

El PÍA se llamará PDP (Plan de desarrollo personal) y se construye con 3 aspectos que cada uno aborda a lo largo de cada una de las 3 fases:

PDP Descriptivo

Diagnóstico personal. El alumno realizará el análisis FODA personal y con base a la actividad de conocimiento del estilo propio de liderazgo y áreas de oportunidad (TEST).

Incluye una descripción de su estilo de liderazgo y construirá un plan de desarrollo personal considerando las alternativas que existen a sus áreas de oportunidad detectadas.

PDP Marketing personal

El estudiante expondrá una presentación con base a su PDP descriptivo y la evaluación de la propuesta transformadora; para en 5 diapositivas (una diapositiva por cada punto) con tiempo de exposición de 5 minutos; buscar hacer atractivos sus planes, ideas, metas y objetivos ante el grupo.

Característica	AÑO 1		AÑO 3		AÑO 5	
	Objetivo	Actividades	Objetivos	Actividades	Objetivos	Actividades
Diagnóstico personal						
Estrategia personal						
Propuesta transformadora						

PDP Evaluación matriz de propuesta transformadora.

El alumno establecerá estrategias para el cumplimiento de la filosofía para su crecimiento y desarrollo profesional considerando las características: visión internacional (idioma), social, emprendedora, innovadora y académica por periodos (1año, 3años y 5 años).

Cumpliendo el desarrollo adecuado de cada punto considerando:

Visión:

La visión personal es tener **en mente la imagen futura de tu persona desarrollada por ti mismo**, considerando el entorno real en el que te desenvuelves; la cual servirá de guía para la construcción de tu proyecto de vida profesional para evitar que te desorientes.

La visión personal se convierte en el impulso que motiva y dirige tus esfuerzos, dándole sentido y significado a lo que haces, para trabajar en el cumplimiento del mismo.

Para escribir la visión personal responde a las siguientes preguntas:

- ¿Quién soy?
- ¿A dónde voy?
- ¿Cómo me percibo en el futuro?
- ¿Cómo deseo que me vean en el futuro?

Misión:

La misión personal considera, a partir de **los sueños e ilusiones en el futuro**, cuál es la responsabilidad más grande en la vida con la que quieres comprometerte; lo más importante que deseas lograr a nivel personal, social y laboral.

Los aspectos básicos para escribir la misión personal son:

- ¿Qué quiero lograr a largo plazo? es lo que deseo alcanzar, sin especificar cuándo ni cuánto. Lo que deseo hacer de mí y de mi entorno. Aquello a lo que quiero entregar mi vida y mi esfuerzo.
- ¿Para qué quiero lograr mis metas?
- ¿Cuáles son los valores principales para mí, con los que quiero se caractericen cada uno de mis logros?

Para escribir la misión personal, puede incluir en un sólo enunciado los aspectos anteriores; o hacer un enunciado para cada uno.

Objetivos:

Significa el **fin** al que se desea llegar, la **meta** que se pretende lograr. El objetivo es lo que impulsa al individuo a tomar decisiones o perseguir sus aspiraciones, el propósito. Saber estructurar y pensar en metas u objetivos adecuados para lograr la visión y misión establecida.

Estrategias:

Consiste en enumerar una serie de acciones encaminadas hacia el cómo pienso cumplir con la visión, misión y objetivos personales.

Matriz de evaluación de la propuesta transformadora (MPT) por año.

Característica.	Visión.	Misión.	Objetivos.	Estrategias.	Grado de cumplimiento. --SI --No	Explicación. ¿Porque?
Internacional.						
Social.						
Emprendedora.						
Innovación.						
Académica.						