

UNIVERSIDAD TECNOLÓGICA DE PEREIRA
FACULTAD DE BELLAS ARTES Y HUMANIDADES
Departamento de Humanidades

Asignatura: **Emprendimiento Cultural**
Código: **BA008**
Créditos: **2**
Intensidad: **3 horas semanales**

Breve descripción:

El punto de encuentro entre economía y cultura, está orientado hacia un conjunto de actividades de base cultural y creativa que se han manejado por años desde la relación economía, cultura y tecnología, relación necesaria que promueve un proceso de creación empresarial implicado, centrado en la creación, producción y distribución de bienes y servicios, en este caso culturales, tangibles e intangibles y que le ha apostado al fortalecimiento del tejido social y la identidad cultural.

La electiva de Emprendimiento Cultural, le permitirá a los estudiantes de pregrado de la Universidad Tecnológica de Pereira, conocer los procesos de transformación que vive la cultura cuando se convierte en un activo económico, orientado a la posibilidad de producir, promocionar, difundir y comercializar bienes y servicios como centro de una economía que abarca ámbitos artísticos, tecnológicos y del conocimiento, su relación con el desarrollo sostenible y sustentable de la Ciudad.

La formación en emprendimiento cultural, parte del análisis del campo del conocimiento como generación de nuevos emprendimientos, el impulso del espíritu empresarial como políticas de desarrollo socio-económico y las lógicas de producción que hacen parte de este complejo fenómeno, que se toma como punto de partida para orientar la electiva, proponiéndole a los estudiantes un conjunto de contenidos de base cultural y creativa, creación del plan de negocio, creatividad e innovación social, economías culturales y políticas legales entre otros temas que le permitan vivir una experiencia de emprendimiento cultural y su relación con la economía, la cultura y la tecnología.

Objetivo del Programa:

Objetivos de la Asignatura:

La propuesta de la electiva pretende motivar y fomentar en los estudiantes el emprendimiento cultural, con el fin de conocer los medios y posibilidades de planeación empresarial, vivir experiencias de prototipo, desplegar en el desarrollo de marca, y potenciar habilidades necesarias para insertarse en el sector cultural y empresarial de su área de profesionalización específica con sus ideas.

Competencias del curso:

Capacidad para la crítica y autocrítica con criterios pertinentes para la situación y condiciones de existencia, bien sea en situaciones modélicas o reales. (Competencias ciudadanas)

Habilidad para aplicar ideas generales a problemas concretos relacionados con diversas formas de la experiencia humana.

Capacidad de identificar diferentes expresiones humanas, así como las narrativas emergentes que surgen en la actualidad.

Capacidad para identificar, planear acciones y resolver problemas dentro de contextos específicos.

Trabajo en Equipo: Se ha planteado un módulo de aprendizaje grupal y asesorías compartidas lo que permitirá aprender de los aciertos y errores de los compañeros.

Resultados de aprendizaje

Dentro de las estrategias del gobierno nacional respecto al vínculo de las instituciones educativas con el sector productivo, el Congreso de la república de Colombia mediante la Ley N.º. 1014 de 2006, estableció como objeto de ley, “Disponer de un conjunto de principios normativos que sienten las bases para una política de Estado y un marco jurídico e institucional, que promueva el emprendimiento y la creación de empresas”.

Así mismo, dicha ley estable como objeto “Promover el espíritu emprendedor en todos los estamentos educativos del país, en el cual propenda por el trabajo conjuntamente sobre los principios y valores que establece la constitución”. Por tanto, como marco legal se argumenta la existencia de programas académicos enfocados hacia el emprendimiento como un estrategias direccionadas a la creación y el fortalecimiento de vínculos del sistema educativo y el sistema productivo nacional mediante formación en competencias básicas, competencias laborales, competencias ciudadanas a través de asignaturas de emprendimiento que ayude a direccionar y promover el desarrollo

económico del país, impulsando la actividad productiva a través de la creación de empresas competentes y articuladas con las cadenas y cluster productivos de la región.

Contenido:

Modulo Uno

Industrias Culturales y creativas: apropiar conceptos claves acerca de las industrias culturales y creativas, sus características, sus impactos y las políticas de fomento a nivel nacional.

Contenidos:

Características de las industrias culturales y su relación con las instituciones públicas.

Potencialidades para el emprendimiento.

Políticas del fomento al emprendimiento en Colombia, líneas de acción y estrategias.

Ciudades y regiones creativas.

Estudios de caso exitosos en el país.

Módulo Dos

Producción Cultural: Comprender los conceptos claves acerca del proceso de del emprendedor, identificando particularidades de un emprendedor enfocado a la producción cultural.

Contenidos:

La producción Cultural y el emprendimiento

Tipos de emprendimiento

Derechos de autor y Patentes

Spin Off y StartUps

Creación de empresas creativas.

Costos de producción

Módulo Tres

Creatividad e Innovación: Por medio de ejercicios de creación en este modulo los estudiantes comprenderán conceptos claves en el desarrollo y la creación de emprendimientos culturales, se analizará el papel de la creatividad y la innovación en la proyección de ideas, productos y servicios.

Contenidos:

Co Creación e Inteligencia colectiva

Diseño Social

Pensamiento de Diseño para la economía cultural

Comunicación y redes para el emprendimiento

Requisitos O PREREQUISITOS

No necesita ningún Prerrequisito

Recursos

Lecturas:

Akao, Y. (2012). Despliegue de funciones de calidad: integración de las necesidades de los clientes en el diseño del producto. Madrid: TGP-HOSHIN, 1993.

Alcaide, J., Diego, J. A., & Artacho, M. A. (2004). Diseño de producto: Métodos y técnicas. Editorial Alfaomega.

Belio, J. L., & Sainz, A. (2007). Claves para gestionar precio, producto y marca. Cómo Afrontar Una Guerra de Precios. Madrid, ES. Especial Directivos. Retrieved from <http://www.empresaenmovimiento.cl/eem/wp-content/uploads/2012/02/Claves-para-gestionar-precio-producto-y-marca.pdf>

Bürdek, B. E. B. E. (1994). Diseño: historia, teoría y práctica del diseño industrial/Design. Gustavo Gili,. Retrieved from <http://www.sidalc.net/cgi-bin/wxis.exe/?IsisScript=UCC.xis&method=post&formato=2&cantidad=1&expresion=mfn=119147>

Chaves, N. (1990). La imagen corporativa. G. Gili. Retrieved from http://www.tallercfilme.com.ar/2013/images/stories/taller2/lecturas/La_Imagen_Corporativa_Norberto_Chaves.pdf

Feigenbaum, A. V. (1951). Quality control: Principles, practice and administration: An industrial management tool for improving product quality and design and for reducing operating costs and losses. McGraw-Hill.

GUTIERREZ, Rubí Antoni y FREIRE, Juan. Manifiesto Crowd: La empresa y la inteligencia de las multitudes. (2013). Laboratorio de tendencias.

Ilipinar, G. (2014). The great age of design: from design thinking to mental midwifery and to design's impact on brands. Universitat Ramon Llull. Retrieved from <https://dialnet.unirioja.es/servlet/dctes?codigo=92084>

Justel Lozano, D. (2009). Metodología para la eco-innovación en el diseño para desensamblado de productos industriales. Retrieved from <http://repositori.uji.es/xmlui/bitstream/handle/10234/29517/justel.pdf?sequence=1>

Munari, B., & i Cantarell, F. S. (1980). Diseño y comunicación visual: contribución a una metodología didáctica. Gustavo Gili. Retrieved from [http://esdmadrid.es/esdmadrid/wp-content/uploads/guias1415-2s/ODP/4P-Comunicaciones%20y%20Recursos-\(OE\)-GD1415DL2s.pdf](http://esdmadrid.es/esdmadrid/wp-content/uploads/guias1415-2s/ODP/4P-Comunicaciones%20y%20Recursos-(OE)-GD1415DL2s.pdf)

ROBINSON, Ken (2009). El elemento: Descubrir tu pasión lo cambia todo. Grijalbo

Page, T. (2012). The Influence of Mobile Devices and Apps on Product Design: Design Tools on the Move. LAP Lambert Academic Publishing. Retrieved from <http://dl.acm.org/citation.cfm?id=2361779>

Parsaei, H. R., & Sullivan, W. G. (2012). Concurrent engineering: contemporary issues and modern design tools. Springer Science & Business Media. Retrieved from https://books.google.com/books?hl=en&lr=&id=56_SBwAAQBAJ&oi=fnd&pg=PR9&dq=product+design+tools&ots=fzIkoCgFyV&sig=-cJtmPXS3xgrINgsHGxNc1XyFsl

Porter, M. E. (2015). Estrategia competitiva: técnicas para el análisis de los sectores industriales y de la competencia. Grupo Editorial Patria. Retrieved from https://books.google.com/books?hl=en&lr=&id=_n0dDAAAQBAJ&oi=fnd&pg=PT2&dq=dise%C3%B1ando+productos+industriales&ots=asrNyO9Qb6&sig=a4DOc-ztjdpf6yBBaIQW_Y7dGQ

Roozenburg, N. F., & Eekels, J. (1995). Product design: fundamentals and methods (Vol. 2). Wiley Chichester. Retrieved from <http://tocs.ulb.tu-darmstadt.de/34922482.pdf>

PARDO KUNKLINSKI, Hugo. Opportunity Valley. Lecciones <aún> no aprendidas de treinta años de contrculturadigital. Outliers School. Barcelona.

Ulrich, K. (1994). Fundamentals of product modularity. In Management of Design (pp. 219–231). Springer. Retrieved from http://link.springer.com/chapter/10.1007/978-94-011-1390-8_12

Películas y videos:

Historia de Lego

Abstract serie documental de Netflix

Emprender en Colombia

Herramientas técnicas de soporte para la enseñanza:

Videos, películas y páginas web que permitan ampliar el contenido en la asignatura

Trabajos en laboratorio y proyectos

Los estudiantes conformarán pequeños grupos de trabajo que se potenciarán como posibles emprendimientos viviendo la experiencia de emprender en su contexto en particular o su área de estudio.

Métodos de aprendizaje

Los contenidos son desplegados por sesiones de trabajo, de esta manera cada sesión tendrá un entregable y unos recursos metodológicos relacionados. Las lecturas y los referentes usados en clase son en gran parte en inglés y se propone crear una carpeta compartida con los documentos de consulta.

Tutorías en acompañamiento directo del docente.

Desarrollo de investigaciones y trabajos de campo en equipo e individual.

Actuación directa del estudiante con acompañamiento del docente.

Modelado esquemático en Clase.

Presentación (exposición) con aportes grupales.

Planeación estratégica colectiva

8. Métodos de evaluación

Se evaluará cada una de las actividades: Socializaciones, talleres, estudios de caso y análisis prácticos, mesas de discusión.

Los entregables para cada corte son el resultado de la compilación de entregables por fase, lo cual permite que los estudiantes “se pongan al día” con los compromisos pendientes durante cada módulo.

Primer Parcial 30%

Segundo Parcial 30%

Final 40%

