UNIVERSIDAD TÉCNICA DE AMBATO

FACULTAD DE: DISEÑO Y ARQUITECTURA

CARRERA DE: Diseño Textil e Indumentaria

MODALIDAD PRESENCIAL

SÍLABO

EMPRENDIMIENTO Y GESTION DE EMPRESAS DE MODA

NIVEL

SÉPTIMO

AMBATO - ECUADOR
2026

I. INFORMACIÓN GENERAL

<table>
<tr><td colspan="3">Nombre de la asignatura
EMPRENDIMIENTO Y GESTION DE EMPRESAS DE MODA
Carrera
Diseño Textil e Indumentaria</td></tr>
<tr><td>Código UTA-FDAA-DTI-MP-UP-07-06</td><td colspan="2">PRERREQUISITOS</td></tr>
<tr><td rowspan="2">Modalidad
PRESENCIAL</td><td>Asignatura</td><td>Código</td></tr>
<tr><td>DISEÑO DE CALZADO</td><td>UTA-FDAA-DTI-MP-UP-05-06</td></tr>
<tr><td colspan="3">Unidad organizacional curricular
PROFESIONAL</td></tr>
<tr><td rowspan="3">Créditos/Horas
2
Nivel
SÉPTIMO</td><td colspan="2">CORREQUISITOS</td></tr>
<tr><td>Asignatura</td><td>Código</td></tr>
<tr><td>SISTEMAS PRODUCTIVOS CALIDAD Y COSTOS</td><td>UTA-FDAA-DTI-MP-UP-07-04</td></tr>
<tr><td colspan="3">CARGA HORARIA</td></tr>
<tr><td>Componente de aprendizaje en contacto con el docente por semana
2</td><td>Componente de aprendizaje en contacto con el docente por ciclo académico
32</td><td>Componente de aprendizaje práctico experimental, componente de aprendizaje autónomo
64</td></tr>
<tr><td>Horas de tutoría académica semanales
1</td><td>Horas de tutoría presenciales por ciclo académico
16</td><td>Horas de tutorías virtuales por ciclo académico
0</td></tr>
</table>

TOTAL DE HORAS DE APRENDIZAJE EN EL CICLO DE ESTUDIOS

Número de horas del componente de aprendizaje en contacto con el docente semanal	2
Número de horas del componente de aprendizaje en contacto con el docente semestral	32
Número de horas del componente de aprendizaje práctico experimental y componente de aprendizaje autónomo	64
TOTAL DE HORAS AL SEMESTRE (Número de horas del componente de aprendizaje en contacto con el docente semestral + Número de horas del componente de aprendizaje práctico experimental y componente de aprendizaje autónomo.)	96

III DESCRIPCIÓN Y OBJETIVOS DE LA ASIGNATURA

Propósito La asignatura de Emprendimiento y Gestión De Empresas De Moda acorde al perfil del egresado: Detecta áreas de oportunidad en el mercado, para desarrollar un proyecto que muestre su creatividad y capacidad para dar respuesta ante las necesidades de un entorno globalizado y cambiante, fomentando la producción sustentable y sostenible con un comercio (Fuente Perfil del Egresado de la carrera)

Descripción de la asignatura El presente módulo Emprendimiento y gestión De Empresas De Moda pretende como finalidad que los estudiantes de la Carrera de Diseño Textil e Indumentaria, en el séptimo semestre de la Facultad de Diseño y Arquitectura, cómo resultado de aprendizaje tenemos: Identifica el funcionamiento de los distintos deparatementos de una empresa del sector textil, indumentaria , cuero y calzado. Se trabajará con metodología de enseñanza con aprendizaje basado en proyectos y el aprendizaje cooperativo a fin de potenciar los diferentes estilos de aprendizaje. Esta asignatura está organizada en cuatro Objetivos basados en la taxonomía SOLO Biggs, Collins (1982): Unidad 1: Identificar la Dirección estratégica producto, finanzas, marketing y comunicación de un emprendimiento, mediante la implementación una exposición/estrategias de venta y marketing Unidad 2: Describir el contexto de las Industrias creativas. Innovación. Emprendimiento. Economía Naranja en el ámbito de la moda, para emprender alineados a las ODS, a través de una exposición/matriz ODS. Unidad 3: Aplicar la creación de un emprendimiento en un Plan de Negocios aplicado a la industria de la moda, basado en el modelo Canvas mediante una exposición Unidad 4: Formular los principios básicos de la gestión de las empresas de Moda, que permita aplicarla en un emprendimiento, a través de una exposición y video. El resultado de aprendizaje que se desea alcanzar es: Identifica el funcionamiento de los distintos departamentos de una empresa del sector textil , indumentaria , cuero y calzado.

Objetivo general de la asignatura Identificar el funcionamiento de los distintos departamentos de una empresa del sector textil , indumentaria , cuero y calzado.

Objetivos específicos de la asignatura

1.-Identificar la Dirección estratégica producto, finanzas, marketing y comunicación de un emprendimiento, mediante la implementación de una exposición/estrategias de venta y marketing

2.-Describir el contexto de las Industrias creativas. Innovación. Emprendimiento. Economía Naranja en el ámbito de la moda, para emprender alineados a las ODS, a través de una exposición/matriz ODS.

3.-Aplicar la creación de un emprendimiento en un Plan de Negocios aplicado a la industria de la moda, basado en el modelo Canvas mediante una exposición

4.-Formular los principios básicos de la gestión de las empresas de Moda, que permita aplicarla en un emprendimiento, a través de una exposición y video.

NOTA: Las horas de tutoría académica no se suman, por lo tanto no se incluyen dentro de las horas totales del semestre

IV PROGRAMA DE ESTUDIOS DE LA ASIGNATURA

U.1	Identificar la Dirección estratégica producto, finanzas, marketing y comunicación de un emprendimiento, mediante la implementación de una exposición/estrategias de venta y marketing			
Unidades temáticas	**Horas Clase / Componente de aprendizaje en contacto con el docente**	**Componente de aprendizaje práctico experimental.**	**Componente de aprendizaje autónomo incluidas las actividades de investigación y vinculación con la sociedad**	**Instrumentos de evaluación**
1.1.- Dirección estratégica producto, finanzas, marketing y comunicación	8	8	8	Inteligencia Artificial EvaluaciÃ³n del desempeÃ±o en escenarios reales o simulados Trabajos o tareas realizadas fuera de clases Trabajos y ejercicios en clases Evaluaciones escritas u orales en actividades practicas
SUBTOTAL HORAS	8	8	8	**TOTAL HORAS:** 24

Resultados de aprendizaje: Identifica la Dirección estratégica producto, finanzas, marketing y comunicación de un emprendimiento, mediante la implementación de una exposición/estrategias de venta y marketing
Metodología de enseñanza : Otros, Aprendizaje Basado en Problemas, Aprendizaje Basado en Proyectos, Aprendizaje Basado en Evidencias, Métodos de caso: Ciclo de Kolb , RIE R(Reflexión) - I(Iniciativa) y E(valuación)
Estrategias educativas : Simulaciones, Elaboración de mapas conceptuales, Conferencias , Trabajos y exposiciones
Recursos didácticos : Marcadores, Proyector, Audiovisuales, Internet, Inteligencia Artificial, Tecnología del Aprendizaje y el Conocimiento
Habilidades Blandas : Liderazgo, La empatía, Adaptabilidad

IV PROGRAMA DE ESTUDIOS DE LA ASIGNATURA

U.2	Describir el contexto de las Industrias creativas. Innovación. Emprendimiento. Economía Naranja en el ámbito de la moda, para emprender alineados a las ODS, a través de una exposición/matriz ODS.			
Unidades temáticas	**Horas Clase / Componente de aprendizaje en contacto con el docente**	**Componente de aprendizaje práctico experimental.**	**Componente de aprendizaje autónomo incluidas las actividades de investigación y vinculación con la sociedad**	**Instrumentos de evaluación**
2.1.- Contexto de las Industrias creativas. Innovación. Emprendimiento. Economía Naranja	8	8	8	Inteligencia Artificial EvaluaciÃ³n del desempeÃ±o en escenarios reales o simulados Trabajos o tareas realizadas fuera de clases Trabajos y ejercicios en clases Evaluaciones escritas u orales en actividades practicas
SUBTOTAL HORAS	8	8	8	**TOTAL HORAS:** 24

Resultados de aprendizaje: Describe el contexto de las Industrias creativas. Innovación. Emprendimiento. Economía Naranja en el ámbito de la moda, para emprender alineados a las ODS, a través de una exposición/matriz ODS.
Metodología de enseñanza : Otros, Aprendizaje Basado en Problemas, Aprendizaje Basado en Proyectos, Aprendizaje Basado en Evidencias, Métodos de caso: Ciclo de Kolb y RIE R(Reflexión) - I(Iniciativa) y E(valuación)
Estrategias educativas : Simulaciones, Elaboración de mapas conceptuales, Conferencias , Generación de datos y búsqueda de información, La elaboración individual de ensayos, Trabajos y exposiciones
Recursos didácticos : Marcadores, Proyector, Audiovisuales, Internet, Inteligencia Artificial, Tecnología del Aprendizaje y el Conocimiento
Habilidades Blandas : Liderazgo, La empatía, Adaptabilidad

IV PROGRAMA DE ESTUDIOS DE LA ASIGNATURA

U.3	Aplicar la creación de un emprendimiento en un Plan de Negocios aplicado a la industria de la moda, basado en el modelo Canvas mediante una exposición			
Unidades temáticas	**Horas Clase / Componente de aprendizaje en contacto con el docente**	**Componente de aprendizaje práctico experimental.**	**Componente de aprendizaje autónomo incluidas las actividades de investigación y vinculación con la sociedad**	**Instrumentos de evaluación**
3.1.- Plan de Negocios aplicado a la industria de la moda	8	8	8	Inteligencia Artificial EvaluaciÃ³n del desempeÃ±o en escenarios reales o simulados Trabajos o tareas realizadas fuera de clases Trabajos y ejercicios en clases Evaluaciones escritas u orales en actividades practicas
SUBTOTAL HORAS	8	8	8	**TOTAL HORAS:** 24

Resultados de aprendizaje: Aplica la creación de un emprendimiento en un Plan de Negocios aplicado a la industria de la moda, basado en el modelo Canvas mediante una exposición
Metodología de enseñanza : Otros, Aprendizaje Basado en Proyectos, Aprendizaje Basado en Evidencias, Métodos de caso: Ciclo de Kolb RIE R(Reflexión) - I(Iniciativa) y E(valuación)
Estrategias educativas : Simulaciones, Elaboración de mapas conceptuales, Conferencias , Generación de datos y búsqueda de información, La elaboración individual de ensayos, Trabajos y exposiciones
Recursos didácticos : Marcadores, Proyector, Audiovisuales, Internet, Inteligencia Artificial, Tecnología del Aprendizaje y el Conocimiento
Habilidades Blandas : Liderazgo, La empatía, Adaptabilidad

IV PROGRAMA DE ESTUDIOS DE LA ASIGNATURA

U.4	Formular los principios básicos de la gestión de las empresas de Moda, que permita aplicarla en un emprendimiento, a través de una exposición y video.			
Unidades temáticas	**Horas Clase / Componente de aprendizaje en contacto con el docente**	**Componente de aprendizaje práctico experimental.**	**Componente de aprendizaje autónomo incluidas las actividades de investigación y vinculación con la sociedad**	**Instrumentos de evaluación**
4.1.- Principios básicos de la gestión de las empresas de Moda	8	8	8	Inteligencia Artificial EvaluaciÃ³n del desempeÃ±o en escenarios reales o simulados Trabajos o tareas realizadas fuera de clases Trabajos y ejercicios en clases Evaluaciones escritas u orales en actividades practicas
SUBTOTAL HORAS	8	8	8	**TOTAL HORAS:** 24

Resultados de aprendizaje: Formula los principios básicos de la gestión de las empresas de Moda, que permita aplicarla en un emprendimiento, a través de una exposición y video.
Metodología de enseñanza : Otros, Aprendizaje Basado en Problemas, Aprendizaje Basado en Proyectos, Aprendizaje Basado en Evidencias, Métodos de caso: Ciclo de Kolb , RIE R(Reflexión) - I(Iniciativa) y E(valuación)
Estrategias educativas : Simulaciones, Elaboración de mapas conceptuales, Conferencias , Generación de datos y búsqueda de información, La elaboración individual de ensayos, Trabajos y exposiciones
Recursos didácticos : Marcadores, Proyector, Audiovisuales, Internet, Inteligencia Artificial, Tecnología del Aprendizaje y el Conocimiento
Habilidades Blandas : Liderazgo, La empatía, Adaptabilidad

V ESCENARIOS DE APRENDIZAJE (REAL, VIRTUAL, ÁULICO)

TIPO DE APRENDIZAJE ESCENARIO DE APRENDIZAJE (hibrido:presencial/virtual) APRENDIZAJE REAL: Acercamiento a expertos APRENDIZAJE VIRTUAL: Se cuenta con una aula virtual mostrada APRENDIZAJE AULICO: Aula de Clase modalidad virtual en la plataforma zoom y teams de ser necesario Lo antes expuesto se realizarÃ¡ fortaleciendo el conocimiento mediante el uso de la Inteligencia Artificial Generativa

Aprobado

VI CRITERIOS NORMATIVOS PARA LA EVALUACIÓN

Objetivos específicos	Evaluación diagnóstica (Conocimientos previos)	Evaluación formativa (Grado de logro de destrezas)	Evaluación sumativa (valorar los objetivos generales alcanzados y el logro de destrezas)
1.- Identificar la Dirección estratégica producto, finanzas, marketing y comunicación de un emprendimiento, mediante la implementación de una exposición/estrategias de venta y marketing	Talleres de Razonamiento Preguntas de sondeo sobre la Unidad	RÚBRICA	Exposición/estrategias de venta y marketing
2.- Describir el contexto de las Industrias creativas. Innovación. Emprendimiento. Economía Naranja en el ámbito de la moda, para emprender alineados a las ODS, a través de una exposición/matriz ODS.	Talleres de Razonamiento Preguntas de sondeo sobre la Unidad	RÚBRICA	Exposición/matriz ODS.
3.- Aplicar la creación de un emprendimiento en un Plan de Negocios aplicado a la industria de la moda, basado en el modelo Canvas mediante una exposición	Talleres de Razonamiento Preguntas de sondeo sobre la Unidad	RÚBRICA	Exposición
4.- Formular los principios básicos de la gestión de las empresas de Moda, que permita aplicarla en un emprendimiento, a través de una exposición y video.	Talleres de Razonamiento Preguntas de sondeo sobre la Unidad	RÚBRICA	Exposición y video.

VII BIBLIOGRAFÍA

BIBLIOGRAFÍA BÁSICA

Autores	Año	Título	Nro Edición	Editorial	Pais o Ciudad	Nro Ejemplares	Nro Páginas	Tipo
Vargas Álvarez, Álvaro Fernando	2023	7 Motivos para emprender	1a edición			1	301 páginas	Físico
Código/Ubicación base de datos:	BG00404							
Comentario:	Libro que permirte reconocer las actitudes para emprender, test y biografías de emprendedores .Casos de Éxito y Fracaso.asi como Consejos para emprendedores							
URL:								

Autores	Año	Título	Nro Edición	Editorial	Pais o Ciudad	Nro Ejemplares	Nro Páginas	Tipo
Hilarión Madariaga, Julia Esther	2014	Emprendimiento e innovación :	1a edición	Cengage Learning	México, D.F.	4	150 páginas	Físico
Código/Ubicación base de datos:	BDA00535							
Comentario:	Este libro es clasico, pero se lo incluye al contar con el Diseño para hacer un Plan de Negocio, documento necesario para Emprender							
URL:								

BIBLIOGRAFÍA COMPLEMENTARIA

Autores	Año	Título	Nro Edición	Editorial	Pais/Ciudad	Nro Ejemplares	Nro Páginas	Tipo
Luis Hernández	2025	Aprendimiento: aprender emprendiendo	1	Marcombo	España Barcelona	1	289	Virtual
Código/Ubicación base de datos:								
Comentario:	Permite Identificar la Dirección estratégica producto, finanzas, marketing y comunicación de un emprendimiento							
URL:	https://0x102qbcs-y-https-elibro-net.itmsp.museknowledge.com/es/ereader/uta/281769							

Autores	Año	Título	Nro Edición	Editorial	Pais/Ciudad	Nro Ejemplares	Nro Páginas	Tipo
Perez Rodriguez, María Dolores	2025	El Proceso de Emprender	1	Editorial ICB	España Málaga	1	263	Digital
Código/Ubicación base de datos:								
Comentario:	Libro digital que guía los pasos para emprender en la Unidad 3							
URL:	https://0x102qbbr-y-https-elibro-net.itmsp.museknowledge.com/es/lc/uta/titulos/289231							

Autores	Año	Título	Nro Edición	Editorial	Pais/Ciudad	Nro Ejemplares	Nro Páginas	Tipo
Ferreyra, Horacio Ademar	2014	Educar en la acción para aprender a emprender: organización y gestión de proyectos socio-productivos y cooperativos	1a edición	Noveduc	Buenoa Aires	1	191páginas.	Físico
Código/Ubicación base de datos:	BG09352							
Comentario:	Libro Contemporáneo, que permite Educar y formart en la Competencia Emprendedora.,							
URL:								