

## ANEXOS

### ANEXO 1. CONTENIDOS TEMÁTICOS

| MAESTRÍA EN COMERCIALIZACIÓN DE CONOCIMIENTOS INNOVADORES   |                           |                     |      |
|---|---------------------------|---------------------|------|
| PROGRAMA DE LA MATERIA: Emprendimiento e Innovación   |                           |                     |      |
| EJE FORMATIVO:  | Propedéutico              | H/T: 3              |      |
| MODALIDAD:  | Posgrado con la industria | H/P: 2              |      |
| VALOR EN CRÉDITOS:  |                           | HORAS POR SEMESTRE: | N. A |
| Relación con las líneas de generación y aplicación del conocimiento: N.A.   |                           |                     |      |
| <b>Objetivo general del programa:</b><br>Los estudiantes aprenden metodologías de emprendimiento e innovación para identificar descubrimientos científicos de alto potencial, así como planear cómo llevarlos al mercado.   |                           |                     |      |
| <b>Descripción y conceptualización del curso:</b><br>La orientación de necesidades no satisfechas del mercado se integra con las capacidades de IDT - i para que los prospectos tengan mayor oportunidad de éxito<br>Los aspirantes conocerán distintos procesos creativos para identificar oportunidades viables y convertirlas en Modelos de Negocios innovadores y escalables.<br>Se entiende como Modelo de Negocio la descripción de cómo una organización crea y captura valor.   |                           |                     |      |
| CONTENIDOS TEMATICOS  |                           |                     |      |
| <b>Temas y subtemas</b>   |                           |                     |      |
| <b>Producto mínimo viable</b><br>Identificación de oportunidades no satisfechas en la industria.<br>Analizar descubrimientos científicos.<br>Selección de una oportunidad viable.   |                           |                     |      |
| <b>Descubrimiento y validación de clientes</b><br>Generar y validar nuevas ideas a través de enfoque holístico oferta - demanda.<br>Comparación y contraste de descubrimientos. Oferta de valor para clientes y usuario final.<br>Análisis histórico de la evolución de productos y servicios en temas análogos   |                           |                     |      |
| <b>Modelo de Negocio</b><br>Desarrollo de resumen ejecutivo de las mejores oportunidades, creación de valor y barreras.<br>Aproximación sistemática para definir atributos de valor de las oportunidades  |                           |                     |      |
| <b>ACTIVIDADES DE ENSEÑANZA-APRENDIZAJE:</b><br>Clases teóricas a cargo del profesor<br>Estudio y trabajo individual del estudiante<br>Trabajo grupal a partir de una metodología de estudios de caso.  |                           |                     |      |
| <b>CRITERIOS DE EVALUACIÓN</b><br>A sugerencia del profesor   |                           |                     |      |
| <b>RECURSOS DIDÁCTICOS:</b><br>- Presentaciones<br>- Materiales para realización de modelos.  |                           |                     |      |
| <b>BIBLIOGRAFÍA</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Reinventing Discovery: The New Era of Networked Science. Michael Nielsen. 2012. Princeton U. Press</li> <li>• The Biologist's Imagination: Innovation in the Biosciences. William Hoffman, Leo Furcht, Oxford U Press. 2014</li> <li>• Agriculture and Intellectual Property Rights: Economic, Institutional, and V. Santaniello. CABI. 2000. Chemistry:</li> <li>• Notable Research and Discoveries. Kyle Kirkland. 2010.</li> <li>• Biotechnology Entrepreneurship: Starting, Managing, and Leading Biotech. Craig Shimasaki. 2014. Academic Press.</li> <li>• Fabulous Science: Fact and Fiction in the History of Scientific Discovery. John Waller. 2002. Oxford U. Press</li> <li>• Industrial Process Scale-up: A Practical Innovation Guide from Idea to commercial implementation. Elsevier. 2013. Jan Harmsen</li> </ul> |                           |                     |      |
| <b>PERFIL ACADÉMICO DEL DOCENTE:</b><br>Maestro o doctor en ciencias aplicadas o ingeniería, con experiencia en emprendimientos.  |                           |                     |      |

| <b>MAESTRÍA EN COMERCIALIZACIÓN DE CONOCIMIENTOS INNOVADORES</b>  |                           |                            |              |
|---|---------------------------|----------------------------|--------------|
| <b>PROGRAMA DE LA MATERIA: Fundamentos de la Administración</b>   |                           |                            |              |
| <b>EJE FORMATIVO:</b>   | Propedéutico              | H/T: 4                     |              |
| <b>MODALIDAD:</b>   | Posgrado con la industria | H/P: 0                     |              |
| <b>VALOR EN CRÉDITOS:</b>   |                           | <b>HORAS POR SEMESTRE:</b> | <b>N. A.</b> |
| <b>Relación con las líneas de generación y aplicación del conocimiento: N.A.</b>  |                           |                            |              |
| <b>Objetivo general del programa:</b> Comprender la dinámica de la administración de organizaciones, su evolución, las diferentes teorías que la componen y los principales avances del pensamiento administrativo.   |                           |                            |              |
| <b>Descripción y conceptualización del curso:</b> Con este curso se busca que el estudiante conozca los fundamentos de la administración empresarial, sus fundamentos e implicaciones.  |                           |                            |              |
| <b>CONTENIDOS TEMATICOS</b>   |                           |                            |              |
| <p><b>La administración y las organizaciones.</b><br/>Teorías de la administración y las organizaciones<br/>Cultura y ambiente organizacional</p> <p><b>Proceso administrativo</b><br/>Planeación<br/>Organización<br/>Dirección<br/>Control</p> <p><b>Toma de Decisiones</b><br/>Proceso de toma de decisiones<br/>liderazgo</p> <p>Modelos de resolución de conflictos</p> <p><b>Administración de la Tecnología y la Innovación</b><br/>Ciclo de vida de la tecnología<br/>Difusión de las innovaciones tecnológicas<br/>Seguimiento tecnológico</p> |                           |                            |              |
| <b>ACTIVIDADES DE ENSEÑANZA-APRENDIZAJE:</b><br>Clases teóricas a cargo del profesor<br>Estudio y trabajo individual del estudiante<br>Trabajo grupal a partir de una metodología de estudios de caso.  |                           |                            |              |
| <b>CRITERIOS DE EVALUACIÓN</b><br>A sugerencia del profesor   |                           |                            |              |
| <b>RECURSOS DIDÁCTICOS:</b><br>- Presentaciones   |                           |                            |              |
| <b>BIBLIOGRAFÍA</b><br>-A consideración del profesor que imparta la materia.  |                           |                            |              |
| <b>PERFIL ACADÉMICO DEL DOCENTE:</b> Doctor o Maestro con experiencia en Administración   |                           |                            |              |

| <b>MAESTRIA EN COMERCIALIZACION DE CONOCIMIENTOS INNOVADORES</b>   |                              |                            |             |
|--|------------------------------|----------------------------|-------------|
| <b>PROGRAMA DE LA MATERIA: Desarrollo de Pensamiento Creativo e Innovador</b>  |                              |                            |             |
| <b>EJE FORMATIVO:</b>  | Propedéutico                 | H/T:4                      |             |
| <b>MODALIDAD:</b>  | Posgrado con la<br>Industria | H/P:0                      |             |
| <b>VALOR EN CREDITOS:</b>  |                              | <b>HORAS POR SEMESTRE:</b> | <b>N.A.</b> |
| <b>Relación con las líneas de generación y aplicación del conocimiento: N.A.</b>   |                              |                            |             |
| <b>Objetivo general del programa:</b> Construir y desarrollar conocimiento en el campo de la creatividad como forma de pensamiento, como proceso, como producto y como ambiente en las organizaciones. Y profundizar en la teoría y la práctica de la creatividad y la innovación en los escenarios organizacionales.  |                              |                            |             |
| <b>Descripción y conceptualización del curso:</b> En la formación del emprendedor es necesario el desarrollo de habilidades básicas del pensamiento creativo e innovador.  |                              |                            |             |
| <b>CONTENIDOS TEMATICOS</b>  |                              |                            |             |
| <p><b>Procesos creativos</b><br/>Fases del proceso creativo<br/>Características del proceso creativo<br/>Desarrollo del potencial creativo</p> <p><b>Pensamiento y creatividad</b><br/>Pensamiento convergente y divergente<br/>Factores cognitivos afectivos y ambientales en el creatividad<br/>Obstáculos en el desarrollo de la creatividad</p> <p><b>Desarrollo del pensamiento</b><br/>Condiciones y técnicas para el desarrollo de la creatividad.<br/>Desarrollo de la innovación.</p> |                              |                            |             |
| <b>ACTIVIDADES DE ENSEÑANZA-APRENDIZAJE:</b>   |                              |                            |             |
| <ul style="list-style-type: none"> <li>● Clases teóricas a cargo del profesor</li> <li>● Estudio y trabajo individual del estudiante</li> <li>● Análisis grupal de casos</li> </ul>  |                              |                            |             |
| <b>CRITERIOS DE EVALUACION</b>   |                              |                            |             |
| A sugerencia del profesor  |                              |                            |             |
| <b>RECURSOS DIDACTICOS:</b>  |                              |                            |             |
| <ul style="list-style-type: none"> <li>- Pintarrón</li> <li>- Cañón</li> <li>- Materiales diversos</li> </ul>  |                              |                            |             |
| <b>BIBLIOGRAFIA BASICA:</b>  |                              |                            |             |
| <ul style="list-style-type: none"> <li>● John Warner. Creatividad e innovación. Editorial Universitaria Ramón Areces. 2012.</li> <li>● Edward De Bono. Creatividad: 62 Ejercicios para desarrollar. Editorial Paidós Iberica. 2008.</li> <li>● Henry Todd. Creatividad Práctica. Editorial CONECTA. 2012.</li> <li>● Timothy R. V. Foster. 101 métodos para generar ideas: cómo estimular la creatividad. Editorial Deusto. 2002.</li> </ul>   |                              |                            |             |
| <b>PERFIL ACADEMICO DEL DOCENTE:</b> Doctor o maestro en cualquier área con conocimientos de desarrollo de la creatividad y la innovación.   |                              |                            |             |

## Cursos Básicos

| <b>MAESTRÍA EN COMERCIALIZACIÓN DE CONOCIMIENTOS INNOVADORES</b>   |                           |                            |           |
|--|---------------------------|----------------------------|-----------|
| <b>PROGRAMA DE LA MATERIA: Propiedad intelectual</b>   |                           |                            |           |
| <b>EJE FORMATIVO:</b>  | <b>Teórico</b>            | <b>H/T:</b>                | <b>2</b>  |
| <b>MODALIDAD:</b>  | Posgrado con la industria | <b>H/P:</b>                | <b>2</b>  |
| <b>VALOR EN CRÉDITOS:</b>  | <b>6</b>                  | <b>HORAS POR SEMESTRE:</b> | <b>64</b> |
| <b>Relación con las Líneas de Generación y Aplicación del Conocimiento:</b>  |                           |                            |           |
| <b>Objetivo general del programa:</b> Conocer, analizar y explicar la terminología aplicable a la propiedad intelectual de acuerdo a la protección constitucional de la que gozan los creadores en los Estados Unidos Mexicanos, la transferencia de tecnología, la legislación nacional conducente, los órganos estatales competentes, los procedimientos para hacer valer los derechos de exclusividad, y en general su regulación y protección en el ámbito internacional.  |                           |                            |           |
| <b>Descripción y conceptualización del curso:</b><br>Mediante este curso, se presentará al estudiante los conceptos en torno a la protección de la propiedad intelectual, los formatos, así como las implicaciones legales y comerciales.  |                           |                            |           |
| <b>CONTENIDOS TEMÁTICOS</b>  |                           |                            |           |
| <b>Unidad 1:</b> Generalidad sobre la propiedad intelectual<br>1.1 Concepto de propiedad intelectual, en sentido amplio y en sentido estricto.<br>1.2 Derechos de propiedad industrial<br>1.3 Transferencia de tecnología<br>1.4 Derechos de autor<br>Evolución histórica de la propiedad intelectual.<br>Contenido, características y alcance de la propiedad intelectual en sentido estricto.<br>Tendencia actual y perspectiva de la propiedad intelectual en el contexto de la globalización   |                           |                            |           |
| <b>Unidad 2:</b> Derechos de autor<br>2.1 Concepto de derecho de autor<br>2.2 Sujetos de protección del derecho de autor<br>2.3 Contenido del Derecho de Autor<br>2.4 El proceso de creación intelectual y su protección legal<br>2.5 Características principales de los derechos de autor y sus diferencias con los derechos de propiedad industrial<br>2.6 Naturaleza jurídica de los derechos de autor<br>2.7 Función del Instituto Nacional del Derecho de Autor<br>2.8 Derechos morales de autor, definición y su regulación en la Ley Federal del Derecho de Autor<br>2.9 Derechos patrimoniales de autor, definición y su regulación en la Ley Federal del Derecho de Autor.<br>2.10 Registro del Derecho de autor. Su procedimiento y Otros derechos relacionados<br>2.11 Derechos conexos<br>2.12 Derecho a la imagen<br>2.13 Reserva de derechos al uso exclusivo<br>2.14 Cabezas de columna<br>2.15 Personajes (Ficticios, de caracterización<br>2.16 Registros<br>2.17 ISBN<br>2.18 ISSN |                           |                            |           |
| <b>Unidad 3:</b> Actos jurídicos del Derecho de Autor<br>3.1 Transmisión de Derechos patrimoniales<br>3.2 Licencia y regalía<br>3.3 Contratos nominados<br>Contrato de edición de obra literaria<br>Contrato de edición de obra musical<br>Contrato de representación escénica<br>Contrato de radiodifusión<br>Contrato de producción audiovisual<br>Contrato publicitario   |                           |                            |           |
| <b>Unidad 4:</b> Relaciones laborales y derecho de autor<br>4.1 Obra por encargo<br>4.2 Obra bajo relación laboral   |                           |                            |           |

| <b>MAESTRÍA EN COMERCIALIZACIÓN DE CONOCIMIENTOS INNOVADORES</b>  |
|---|
| <b>PROGRAMA DE LA MATERIA: Propiedad intelectual</b>  |
| 4.3 Sociedades de gestión colectiva. Su régimen jurídico y su naturaleza.   |
| <b>Unidad 5:</b> Ilícitos en materia de Derecho de autor<br>5.1 Infracciones administrativas a los derechos de autor<br>5.2 Tipos delictivos<br>5.3 Procedimientos cautelares   |
| <b>Unidad 6:</b> Objeto de la propiedad industrial<br>6.1 Patentes<br>6.2 Certificado de invención<br>6.3 Diseño industrial<br>6.4 Dibujo industrial<br>6.5 Modelos industrial<br>6.6 Modelos de utilidad<br>6.7 Marca<br>6.8 Diferentes categorías de marcas<br>6.9 Nombre comercial<br>6.10 Anuncios o avisos comerciales<br>6.11 Secreto industrial y comercial<br>6.12 Denominaciones de origen<br>6.13 Creaciones industriales nuevas  |
| <b>ACTIVIDADES DE ENSEÑANZA-APRENDIZAJE:</b><br>Clases teóricas a cargo del profesor, estudio y trabajo individual del estudiante para analizar y plantear soluciones a las situaciones generadas en el aula, así como la interacción en grupo para desarrollar trabajo colaborativo.   |
| <b>CRITERIOS DE EVALUACIÓN</b><br>Se propone que el curso sea evaluado de acuerdo a las siguientes categorías:<br>Solución de casos prácticos                      30%<br>Elaboración de actividades mediante el desarrollo de trabajo colaborativo    20%<br>Exámenes escrito                                      50%   |
| <b>RECURSOS DIDÁCTICOS:</b><br>-Plataforma virtual<br>-Presentación en power point<br>-Videos   |
| <b>BIBLIOGRAFÍA</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>● Arce Gargollo, Javier, <i>El Contrato de Franquicia</i>, Ed. Themis, 6ª ed., México, 2009.</li> <li>● Delgado Reyes, Jaime, <i>Patentes de invención, diseños industriales y modelos industriales</i>, Ed. Oxford, México, 2001.</li> <li>● Iglesias Rebollo, César, González Gordon María, <i>Diccionario de Propiedad Intelectual, Español/Inglés/Español</i>, Colección de Propiedad Intelectual, Editorial Reus, S.A., Madrid, 2005.</li> <li>● Parets Gómez, Jesús, <i>El Proceso Administrativo de Infracción Intelectual</i>, Editorial Sista, S.A. de C.V., Primera Publicación, México, 2007.</li> <li>● Parets Gómez, Jesús. <i>Teoría y Práctica del Derecho de Autor</i>. Editorial Sista, S.A. de C.V., Primera Publicación, México, 2012.</li> <li>● Pérez Fuentes, Gisela Maria, Parets Gómez Jesús y colabs, <i>La Propiedad Intelectual en la Era de la Globalización. Una Mirada al Ámbito Universitario</i>, Editorial Themis, S.A. de C.V., México, 2008.</li> <li>● Rangel Medina, David, <i>Derecho de la propiedad industrial e intelectual</i>, Ed. UNAM, México, 1991.</li> <li>● Solorio Pérez Oscar Javier y colabs, <i>Derechos de Autor para Universitarios</i>, Universidad de Colima, México, 2007.</li> <li>● Viñamata Pashkes, Carlos, <i>La propiedad intelectual</i>, Ed. Trillas, 3ª ed., México, 2005.</li> <li>● Magaña Rufino, Manuel, <i>Análisis de la propiedad industrial en México</i>, Ed. Porrúa, 2ª ed., México, 2000.</li> </ul> |
| <b>PERFIL ACADÉMICO DEL DOCENTE:</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>● Maestría o doctorado en derecho.</li> <li>● Experiencia docente en el área de derecho de la propiedad intelectual.</li> </ul>   |
| <b>MAESTRÍA EN COMERCIALIZACIÓN DE CONOCIMIENTOS INNOVADORES</b>  |

| <b>MAESTRÍA EN COMERCIALIZACIÓN DE CONOCIMIENTOS INNOVADORES</b>   |                          |                            |           |
|--|--------------------------|----------------------------|-----------|
| <b>PROGRAMA DE LA MATERIA: Propiedad intelectual</b>   |                          |                            |           |
| <b>PROGRAMA DE LA MATERIA: Mercadotecnia de las Innovaciones Tecnológicas</b>  |                          |                            |           |
| <b>EJE FORMATIVO:</b>  | Teórica                  | <b>H/T:</b>                | <b>2</b>  |
| <b>MODALIDAD:</b>  | Posgrado en la Industria | <b>H/P:</b>                | <b>2</b>  |
| <b>VALOR EN CRÉDITOS:</b>  | <b>6</b>                 | <b>HORAS POR SEMESTRE:</b> | <b>64</b> |
| <b>Relación con las Líneas de Generación y Aplicación del Conocimiento:</b>  |                          |                            |           |
| <b>Objetivo general del programa:</b> Formar emprendedores líderes con capacidad para tomar decisiones orientadas al cliente, que logren una ventaja competitiva en el desarrollo de estrategias de marketing enfocadas a la comercialización, generar lealtad a la marca y a la empresa.  |                          |                            |           |
| <b>Descripción y conceptualización del curso:</b><br>El conocimiento y análisis de las estrategias de mercado son fundamentales en el éxito comercial del lanzamiento al mercado de un nuevo producto o servicio, por lo que este curso es también de carácter estratégico en la formación del estudiante.   |                          |                            |           |
| <b>CONTENIDOS TEMÁTICOS</b>  |                          |                            |           |
| <b>Unidad 1:</b> Fundamentos de marketing<br>1.1 Introducción al marketing: conceptos<br>1.2 Evolución de la filosofía, función y proceso de marketing<br>1.3 La actividad de Marketing: áreas de decisión.  |                          |                            |           |
| <b>Unidad 2:</b> Decisiones sobre productos<br>2.1 Naturaleza, atributos y dimensiones del producto<br>2.2 Ciclo de vida y estrategia de marketing<br>2.3 Decisiones sobre productos: modificación y eliminación<br>2.4 Concepción, desarrollo y lanzamiento de nuevos productos<br>2.5 Decisiones de packaging y marcas   |                          |                            |           |
| <b>Unidad 3:</b> Decisiones sobre precios<br>3.1 Métodos de fijación de precios: basados en costes, en elasticidades y en objetivos<br>3.2 Análisis del punto de equilibrio<br>3.3 Fijación de precios a líneas de productos<br>3.4 Punto muerto con varios productos<br>3.5 Clases de precios y estrategias de precios  |                          |                            |           |
| <b>Unidad 4:</b> Política de distribución y de ventas<br>4.1 Canales y estrategias de distribución<br>4.2 Franquicia<br>4.3 Logística<br>4.4 Relaciones fabricante-distribuidor en el canal de consumo.<br>4.5 Trade marketing<br>4.6 Merchandising<br>4.7 Distribución de productos industriales<br>4.8 Organización y política de ventas<br>4.9 Técnicas y procesos de negociación comercial |                          |                            |           |
| <b>Unidad 5:</b> Política de comunicación<br>5.1 Imagen y posicionamiento<br>5.2 El plan de comunicación<br>5.3 El mix de comunicación<br>5.4 Formas y herramientas: publicidad; marketing directo, promoción de ventas y relaciones públicas<br>5.5 Comunicación Web<br>5.6 Marketing digital   |                          |                            |           |
| <b>Unidad 6:</b> Dirección estratégica y marketing<br>6.1 Análisis y diagnóstico (interno y externo)<br>6.2 Formulación de objetivos<br>6.3 Formulación y selección de estrategias<br>6.4 Elaboración, implantación y control del plan estratégico   |                          |                            |           |
| <b>Unidad 7:</b> Plan de marketing<br>7.1 Valor, objetivos y contenido de un plan de marketing<br>7.2 Metodología para la elaboración de planes de marketing   |                          |                            |           |
| <b>ACTIVIDADES DE ENSEÑANZA-APRENDIZAJE:</b>   |                          |                            |           |

| <b>MAESTRÍA EN COMERCIALIZACIÓN DE CONOCIMIENTOS INNOVADORES</b>   |
|--|
| <b>PROGRAMA DE LA MATERIA: Propiedad intelectual</b>   |
| Clases teórico- prácticas a cargo del profesor y, estudio y trabajo individual del estudiante para analizar y plantear soluciones a las situaciones planteadas en el aula.   |
| <b>CRITERIOS DE EVALUACIÓN</b><br>Se propone que el curso sea evaluado de acuerdo a las siguientes categorías:   |
| <ul style="list-style-type: none"> <li>● Ejercicios prácticos 50%</li> <li>● Exámenes escritos 50%</li> </ul>  |
| <b>RECURSOS DIDÁCTICOS:</b><br>- Plataforma<br>- Presentación power point<br>- Videos  |
| <b>BIBLIOGRAFÍA</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>● Determinants of service quality and their relationship with behavioural outcomes: empirical study of the private commercial banks in Bangladesh.</li> <li>● Artículo: Autor: Akhtar, J. (2011). . International Journal of Business and Management, 6(11), 146-156 Effects of Relationship Marketing (RM) on Customer Loyalty.</li> <li>● Artículo: Peyman, J., Freyedon, A. y Motreza, F. (2013). Interdisciplinary Journal of Contemporary Research in Business, 4(11), 304-312.Evaluating Relationships among Brand Experience, Brand Personality, Brand Prestige, Brand Relationship Quality, and Brand Loyalty: An Empirical Study of Coffeeshouse Brands.</li> <li>● Artículo: Young Gin Choi, Chihyung Ok, Seunghyup Seon, Hyun The marketing challenge: Towards being profitable and socially responsible.</li> <li>● Artículo: Russell Abratt, Diane Sacks in Journal of Business Ethics (1988) Does Marketing Ethics Really Have Anything to Say? – A Critical Inventory of the Literature.</li> <li>● Artículo: John F. Gaski in Journal of Business Ethics (1999) Attitudes of marketing professionals toward ethics in marketing research: A cross-national comparison.</li> <li>● Artículo: Ishmael P. Akaah in Journal of Business Ethics (1990) The Application of Stakeholder Theory to Relationship Marketing Strategy Development in a Non-profit Organization.</li> <li>● Artículo: Simon Knox, Colin Gruar in Journal of Business Ethics (2007) Strategic marketing planning guided by the quality-of-life (QOL) concept.</li> <li>● Artículo: M. Joseph Sirgy in Journal of Business Ethics (March 1996) The Importance of social bonds for communication and trust in marketing Artículo: Barbara Čater Management, Vol. 13, 2008, 1, pp. 1-15 MKTG - MARKETING Lamb, Charles W., Hair, Joseph F. y McDaniel, Carl (2014) Cengage Learning No. Ed Séptima México ISBN: 978-607-519-044-0 MARKETING -Versión para Latinoamérica Kotler, Philip y Armstrong, Gary (2007) Pearson Prentice Hall No. Ed Décimoprimer edición.</li> <li>● FUNDAMENTOS DE MARKETING Kotler, Philip y Armstrong, Gary (2008) Pearson Prentice Hall No. Ed Octava edición.</li> <li>● FUNDAMENTOS DE MARKETING Stanton, William J.; Etzel, Michael J. y Walker, Bruce J (2007) McGraw Hill No. Ed cimocuarta edición.</li> <li>● MARKETING Mc Carthy, E. Jerome. () Mc. Graw Hill No. Ed 13a. Edición ISBN: Hunt, S. D. (2009). Competitive advantage strategies in times of adversity. Journal of Customer Behaviour, 8(2), 137-151. DOI: 10.1362/147539209X459769. , Database: Business Source Complete. Lectura complementaria : Artículo en inglés Marketing Lamb, Charles; Hair, Joseph y McDaniel, Carl (2011) Cengage Learning No. Ed Onceava México ISBN: 978-607-481-519-1 Marketing Contemporáneo Kurtz, David L. (2012) Cengage Learning No. Ed 15 Ed. México.</li> </ul> |
| <b>PERFIL ACADÉMICO DEL DOCENTE:</b> Doctor en Administración o Marketing.   |

| <b>MAESTRÍA EN COMERCIALIZACIÓN DE CONOCIMIENTOS INNOVADORES</b>   |                                 |                            |           |
|--|---------------------------------|----------------------------|-----------|
| <b>PROGRAMA DE LA MATERIA: Evaluación y financiamiento de proyectos</b>  |                                 |                            |           |
| <b>EJE FORMATIVO:</b>  | <b>Teórico</b>                  | <b>H/T:</b>                | <b>2</b>  |
| <b>MODALIDAD:</b>  | <b>Posgrado en la Industria</b> | <b>H/P:</b>                | <b>2</b>  |
| <b>VALOR EN CRÉDITOS:</b>  | <b>6</b>                        | <b>HORAS POR SEMESTRE:</b> | <b>64</b> |
| <b>Relación con las Líneas de Generación y Aplicación del Conocimiento:</b>  |                                 |                            |           |
| <b>Objetivo general del programa:</b>  |                                 |                            |           |
| El curso aborda aspectos relacionados con la evaluación de proyectos y analiza las fuentes de financiamiento para las innovaciones de nuevos emprendimientos de tal forma que los estudiantes sean capaces de tomar una decisión financiera acorde a los planes y estrategias de desarrollo tecnológico, innovación, comercialización y/o aceleración de las empresas. |                                 |                            |           |
| <b>Descripción y conceptualización del curso:</b> En este curso se analizan conceptos en torno a la evaluación de proyectos y las oportunidades de financiamiento público y privado  |                                 |                            |           |
| <b>CONTENIDOS TEMÁTICOS</b>  |                                 |                            |           |
| <b>Unidad 1:</b> Evaluación de proyectos tradicionales y de base tecnológica   |                                 |                            |           |
| 1.1 Métodos de valoración tradicional y actual.  |                                 |                            |           |
| 1.2 Análisis y proyección de estados financieros   |                                 |                            |           |
| 1.3 EVA ("Enterprise Value Added")   |                                 |                            |           |
| 1.4 Situación del patrimonio (Estructura de gobierno y análisis accionario).   |                                 |                            |           |
| 1.5 Capacidad de deuda   |                                 |                            |           |
| 1.6 Mercados financieros y de capitales y su impacto en la valuación de empresas.  |                                 |                            |           |
| 1.7 Flujos de efectivo descontados a valor presente  |                                 |                            |           |
| 1.8 Múltiplos de mercado   |                                 |                            |           |
| 1.9 Análisis de sensibilidad y escenarios  |                                 |                            |           |
| <b>Unidad 2:</b> Financiamiento de los emprendimientos   |                                 |                            |           |
| 2.1 Cómo se evalúan y negocian las inversiones, con especial énfasis en los casos de empresas en sus primeras etapas de desarrollo los emprendedores o empresarios y la Industria del Capital Privado  |                                 |                            |           |
| 2.2 La integración cultural de dos organizaciones  |                                 |                            |           |
| 2.3 Múltiplos comparables financieros y operativos   |                                 |                            |           |
| 2.4 Flujos descontados Opciones reales Capital pre semilla.  |                                 |                            |           |
| 2.5 Fondos gubernamentales para innovación y emprendedores en México   |                                 |                            |           |
| 2.6 Preparación grupal de propuestas   |                                 |                            |           |
| <b>Unidad 3:</b> Capital semilla y emprendedor   |                                 |                            |           |



| <b>MAESTRÍA EN COMERCIALIZACIÓN DE CONOCIMIENTOS INNOVADORES</b>   |
|--|
| <b>PROGRAMA DE LA MATERIA: Evaluación y financiamiento de proyectos</b>  |
| <p>3.1 Cómo estructurar la participación societaria en las empresas innovadoras para una distribución adecuada de la propiedad y el control</p> <p>3.2 Características de las sociedades anónimas vigentes en México</p> <p>3.3 Cómo estructurar el capital de la empresa con inversionistas Identificar aspectos clave para colaborar accionistas e inventores en la creación de valor de los proyectos.</p> <p>3.4 Mentorías y acompañamiento.</p> <p>3.5 Preparar en grupo lanzamiento (pitching) ante inversionistas</p> <p>3.6 Gestionando el crecimiento Conocer las distintas alternativas que hay en México para inversión vía fondo de fondos y esquemas de salida (desinversión)</p> <p>Inversionistas estratégicos</p> <p>Inversionistas financieros</p> <p>El mercado de deuda y el Management Buy Out o el Leverage Buy Out</p> <p>El mercado bursátil de activos alternativos en México</p> <p>El mercado bursátil</p> |
| <b>ACTIVIDADES DE ENSEÑANZA-APRENDIZAJE:</b>   |
| <p>- Clases teóricas a cargo del profesor</p> <p>-Estudio y trabajo individual y grupal para resolver problemas a partir de una metodología de estudios de caso.</p>   |
| <b>CRITERIOS DE EVALUACIÓN</b>   |
| <p>Se propone que el curso sea evaluado de acuerdo a las siguientes categorías:</p> <p>Participación en pitching. 50%</p> <p>Exámenes escritos. 25%</p> <p>Estudios de caso 25%</p>  |
| <b>RECURSOS DIDÁCTICOS:</b>  |
| <p>- Plataforma virtual</p> <p>-Presentación en power point</p> <p>-Videos</p>   |
| <b>BIBLIOGRAFÍA</b>  |
| <ul style="list-style-type: none"> <li>• Bartlett, Joseph W. (1999). Fundamentals of Venture Capital. Xxxxx: Madison Publishing.</li> <li>• Brophy, David J., Shulman, Joel M. (1992). "A Finance Perspective on Entrepreneurship Research." Entrepreneurship: Theory and Practice (Spring 1992) p. 61-71.</li> <li>• Fuerst, O., Geiger, U. (2002). From Concept to Wall Street: A Complete Guide to Entrepreneurship and Venture Capital. Financial Times Prentice Hall.</li> </ul>  |

| <b>MAESTRÍA EN COMERCIALIZACIÓN DE CONOCIMIENTOS INNOVADORES</b>   |  |
|--|--|
| <b>PROGRAMA DE LA MATERIA: Evaluación y financiamiento de proyectos</b>  |  |
| <ul style="list-style-type: none"> <li>• Cyr, Linda A. (2001). "A Note on Pre-Money and Post-Money Valuation (A&amp;B)." Harvard Business School Working Paper #9-801-446 (Revised April, 2002).</li> <li>• Hellmann, Thomas (2001). "A Note on Valuation of Venture Capital Deals." Stanford Graduate School of Business Working Paper E-95.</li> <li>• Hisrich, Robert D., Peters, Michael P. (2002, 5th edition). Entrepreneurship. New York: Irwin McGraw-Hill.</li> <li>• Hoagland, Rod (2002). Funding &amp; Financial Execution for Early-Stage Companies. Quicksilver CFO Consulting.</li> <li>• Long, Mark H. (2000). Financing the new Venture: A Complete Guide to Raising Capital from Venture Capitalists, Investment Bankers, Private Investors, and Other Sources. Adams Media Corporation.</li> <li>• Pratt, Stanely E. (2002). Pratt's Guide to Venture Capital Sources 2000. Wellesley Hills, Mass: Venture Economics.</li> <li>• Smith, Richard L., Smith, Janet Kiholm (2000). Entrepreneurial Finance. New York: John Wiley.</li> <li>• Quindlen, Ruthann (2001). Confessions of a Venture Capitalist: Inside the High-Stakes World of Start-Up Financing. Warner Books.</li> <li>• Stuart, Toby, Sorenson, Olay (2001). "Syndication Networks and the Spatial Distribution of Venture Capital Investments." American Journal of Sociology, 2001.</li> <li>• Wilmerding, Alex (2003). Term Sheets &amp; Valuations: An Inside Look at the Intricacies of Term Sheets &amp; Valuations. Xxx: Aspatore.</li> <li>• Wright, Mike, Robbie, Ken (1998). "Venture Capital and Private Equity: A Review and Synthesis." Journal of Business Finance and Accounting, 25 (5) &amp; (6) (June/July 1998) p521-570.</li> </ul> |  |
| <b>PERFIL ACADÉMICO DEL DOCENTE:</b>   |  |
| Maestro o doctor en administración, economía, gestión de la innovación, y otras disciplinas relacionadas con la comercialización y transferencia de tecnologías.   |  |

| <b>MAESTRÍA EN COMERCIALIZACIÓN DE CONOCIMIENTOS INNOVADORES</b>  |                           |                            |    |
|---|---------------------------|----------------------------|----|
| <b>PROGRAMA DE LA MATERIA: Planeación Estratégica</b>   |                           |                            |    |
| <b>EJE FORMATIVO:</b>   | Teórico                   | <b>H/T:</b>                | 2  |
| <b>MODALIDAD:</b>   | Posgrado con la Industria | <b>H/P:</b>                | 2  |
| <b>VALOR EN CRÉDITOS:</b>   | 6                         | <b>HORAS POR SEMESTRE:</b> | 64 |
| <b>Relación con las Líneas de Generación y Aplicación del Conocimiento:</b>   |                           |                            |    |
| <b>Objetivo general del programa:</b>   |                           |                            |    |
| Desarrollar, en el estudiante de MCCI, conocimientos y habilidades académicas; en el proceso de gestión de las innovaciones y de empresas en las etapas de formulación, ejecución y evaluación de la planeación estratégica en las empresas u organizaciones. |                           |                            |    |
| <b>Descripción y conceptualización del curso:</b>   |                           |                            |    |
| En la actividad diaria de la gestión de la innovación y del emprendedor, es fundamental la planeación con bases sólidas sobre las condiciones del mercado, para incrementar su capacidad competitiva.   |                           |                            |    |
| <b>CONTENIDOS TEMÁTICOS</b>   |                           |                            |    |

| <b>MAESTRÍA EN COMERCIALIZACIÓN DE CONOCIMIENTOS INNOVADORES</b>   |     |
|--|-----|
| <b>PROGRAMA DE LA MATERIA: Planeación Estratégica</b>  |     |
| <b>Unidad 1:</b> Planes de negocio   |     |
| 1.1 Plan de mercado  |     |
| 1.2 Plan de recursos humanos   |     |
| 1.3 Plan de operaciones  |     |
| 1.4 Plan de organización   |     |
| 1.5 Plan financiero  |     |
| <b>Unidad 2:</b> Planeación estratégica  |     |
| 2.1 Etapas de planeación   |     |
| 2.2 Diagnóstico de la innovación y el emprendimiento organizacional  |     |
| 2.3 Herramientas de diagnóstico  |     |
| 2.4 Diseño del plan estratégico  |     |
| <b>Unidad 3:</b> Evaluación y control estratégico  |     |
| 3.1 Conceptos de control   |     |
| 3.2 Criterios de evaluación  |     |
| 3.3 Técnicas de evaluación y control   |     |
| <b>Unidad 4:</b> Administración estratégica  |     |
| 4.1 El proceso de administración estratégica   |     |
| 4.2 Horizonte de planeación  |     |
| 4.3 Niveles de planeación  |     |
| <b>Unidad 5:</b> Modelos de negocio  |     |
| 5.1 Elementos del modelo de negocio  |     |
| 5.2 Tipos de modelos de negocio  |     |
| <b>ACTIVIDADES DE ENSEÑANZA-APRENDIZAJE:</b>   |     |
| <ul style="list-style-type: none"> <li>- Clases teóricas-prácticas a cargo del profesor.</li> <li>- Estudio y trabajo individual del estudiante</li> <li>- Análisis grupal de casos</li> </ul> |     |
| <b>CRITERIOS DE EVALUACIÓN</b>   |     |
| - Se propone que el curso sea evaluado de acuerdo a las siguientes categorías:   |     |
| Análisis de casos 50%  |     |
| Exámenes escritos  | 50% |

| <b>MAESTRÍA EN COMERCIALIZACIÓN DE CONOCIMIENTOS INNOVADORES</b>  |
|---|
| <b>PROGRAMA DE LA MATERIA: Planeación Estratégica</b>   |
| <b>RECURSOS DIDÁCTICOS:</b>   |
| <ul style="list-style-type: none"> <li>- Plataforma virtual</li> <li>- Presentación en power point</li> <li>- Videos</li> </ul>   |
| <b>BIBLIOGRAFÍA</b>   |
| <ul style="list-style-type: none"> <li>• Hitt Michael A. Ireland, R. Duane. Hoskisson, Robert E. ADMINISTRACION ESTRATEGICA. Competitividad y globalización. Conceptos y casos. Thomson. Séptima Edición. 2008.</li> <li>• Goosdtein Leonard D -Timothy M. Nolan-J. William Pfeiffer. Planeación Estratégica Aplicada, Mc Graw-Hill, 2004.</li> <li>• Hill Charles W.- Jones Gareth R. Administración Estratégica. Un enfoque integrado. Mc Graw Hill. Sexta Edición. 2005. Fred R. David, Conceptos de Planeación Estratégica. Prentice-Hall Hispanoamérica, S.A. 9ª Ed 2003.</li> <li>• Mintzberg Henry, James B. Quinn, John Voyer; El Proceso Estratégico. Prentice-Hall Hispanoamérica, S.A. 1ª Ed 1997.</li> <li>• Castaño Germán Albeiro, Adaptación: Escuelas de pensamiento en la dirección Estratégica, Facultad de ciencias y administración Universidad nacional, 2001.</li> <li>• Rumelt Richard, "The Evaluation of Business Strategy" en W. F. Glucck, cd. Business Policy and Strategic Management (Nueva York: McGraw-Hill, 1980).</li> <li>• Seymour Tilles, "How to Evaluate Corporate Strategy", Harvad Business Review 41 (July-August 1963):111-121.</li> <li>• Kaplan, Robert S. and David Norton, "The balanced scorecard: measures that drive performance", Harvad Business Review, 1992.</li> <li>• Pierce, J. &amp; Robinson, E. "Strategic Management". Homewood.</li> <li>• Gregory G. Dess, G. T. Lumpkin, Dirección estratégica: creando ventajas competitivas, McGraw-Hill, 2003.</li> <li>• Tomsom &amp; Strickland, Administración Estratégica, McGraw-Hill, 13ª Ed, 2004.</li> <li>• Isabel del Val Pardo, Managment Estratégico, ESIC Editorial, 2005.</li> </ul> |
| <b>PERFIL ACADÉMICO DEL DOCENTE:</b> Doctor en ingeniería, ciencias o economía, con experiencia en Planeación Estratégica.  |

## Cursos Temáticos

### LGAC1: EMPRENDIMIENTO

| MAESTRÍA EN COMERCIALIZACIÓN DE CONOCIMIENTOS INNOVADORES  |                           |                            |    |
|--|---------------------------|----------------------------|----|
| <b>PROGRAMA DE LA MATERIA:</b> Vigilancia Tecnológica Competitiva  |                           |                            |    |
| <b>EJE FORMATIVO:</b>  | Disciplinar               | H/T: 3                     |    |
| <b>MODALIDAD:</b>  | Posgrado con la industria | H/P: 2                     |    |
| <b>VALOR EN CRÉDITOS:</b>  | 8                         | <b>HORAS POR SEMESTRE:</b> | 80 |
| <b>Relación con las Líneas de Generación y Aplicación del Conocimiento:</b> Este curso se relaciona con la LGAC1, Emprendimiento.  |                           |                            |    |
| <b>Objetivo general del programa:</b><br>El curso tiene como objetivo introducir e ilustrar exhaustivamente los conceptos de búsqueda de información sobre patentes.   |                           |                            |    |
| <b>Descripción y conceptualización del curso:</b> Este curso es fundamental en la formación del emprendedor, dada su necesidad de contar con productos u organizaciones innovadoras.   |                           |                            |    |
| CONTENIDOS TEMÁTICOS   |                           |                            |    |
| <b>Unidad 1:</b> El valor de la información de patentes.<br>1.1 Globalización de la tecnología y gestión de la I+D+i.<br>1.2 Normalización y certificación.  |                           |                            |    |
| <b>Unidad 2:</b> La búsqueda de patentes: actividades y el uso estratégico de la información de patentes.<br>2.1 Sistema de VT&IC y sus funciones<br>2.2 Elementos del sistema de VT&IC.<br>2.3 Fases del ciclo de vigilancia tecnológica.<br>2.4 Fases del ciclo de vigilancia tecnológica y su integración con herramientas de Internet. |                           |                            |    |
| <b>Unidad 3:</b> Técnicas para la búsqueda de documentos de patente.<br>3.1 Cómo desplegar un sistema de VT&IC.<br>3.2 Resultados y claves del éxito en el proceso.<br>3.3 Vigilancia colaborativa.<br>3.4 Fuentes de información y su tipología.  |                           |                            |    |
| <b>Unidad 4:</b> Entrenamiento de búsqueda de información de patentes<br>4.1 Cómo localizar fuentes de información especializada en Internet.<br>4.2 Cómo identificar nuevas oportunidades de negocio.<br>4.3 Cómo encontrar herramientas de vigilancia tecnológica que mejor se adapten a mi negocio.                                     |                           |                            |    |
| <b>Unidad 5:</b> Precauciones y riesgos al realizar búsqueda de patentes.<br>Recomendaciones finales.  |                           |                            |    |

|  |                                   |     |                   |     |
|--|-----------------------------------|-----|-------------------|-----|
| <b>Unidad 6:</b> Búsqueda de patentes – aspectos prácticos.  |                                   |     |                   |     |
| <b>Unidad 7:</b> Aspectos de la propiedad intelectual para el desarrollo.  |                                   |     |                   |     |
| <b>ACTIVIDADES DE ENSEÑANZA-APRENDIZAJE:</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>● Clases teóricas a cargo del profesor</li> <li>● Estudio y trabajo individual del estudiante</li> <li>● Análisis grupal de casos</li> </ul>   |                                   |     |                   |     |
| <b>CRITERIOS DE EVALUACIÓN</b><br>Se propone que el curso sea evaluado de acuerdo a las siguientes categorías:<br><table style="width: 100%; border: none;"> <tr> <td style="width: 60%;">Participación en casos de estudio</td> <td style="text-align: right;">50%</td> </tr> <tr> <td>Exámenes escritos</td> <td style="text-align: right;">50%</td> </tr> </table> <p>La modalidad del proceso enseñanza-aprendizaje consiste en: Clases teóricas- prácticas a cargo del profesor, y estudio y trabajo individual del estudiante para analizar y plantear soluciones a las situaciones planteadas en el aula.</p> | Participación en casos de estudio | 50% | Exámenes escritos | 50% |
| Participación en casos de estudio  | 50%                               |     |                   |     |
| Exámenes escritos  | 50%                               |     |                   |     |
| <b>RECURSOS DIDÁCTICOS:</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Pintarrón</li> <li>- Cañón</li> <li>- Materiales diversos</li> </ul>  |                                   |     |                   |     |
| <b>BIBLIOGRAFÍA</b><br>A consideración del profesor que imparta la materia.  |                                   |     |                   |     |
| <b>PERFIL ACADÉMICO DEL DOCENTE:</b><br>Maestro o Doctor con experiencia en vigilancia tecnológica.  |                                   |     |                   |     |

| <b>MAESTRÍA EN COMERCIALIZACIÓN DE CONOCIMIENTOS INNOVADORES</b>   |                           |                            |           |
|--|---------------------------|----------------------------|-----------|
| <b>PROGRAMA DE LA MATERIA:</b> Marco Legal para la Creación de Empresas  |                           |                            |           |
| <b>EJE FORMATIVO:</b>  | Disciplinar               | H/T:                       | <b>3</b>  |
| <b>MODALIDAD:</b>  | Posgrado con la Industria | H/P:                       | <b>2</b>  |
| <b>VALOR EN CRÉDITOS:</b>  | <b>8</b>                  | <b>HORAS POR SEMESTRE:</b> | <b>80</b> |
| <b>Relación con las Líneas de Generación y Aplicación del Conocimiento:</b> Este curso se relaciona con la LGAC1, Emprendimiento.  |                           |                            |           |
| <b>Objetivo general del programa:</b> Identificar las disposiciones generales del derecho mercantil, propiedad intelectual, derecho fiscal, comercio exterior y derecho laboral, así como sus consecuencias jurídicas. Dotar a los profesionales de los conocimientos y herramientas indispensables para enfrentar los problemas que se derivan de la aplicación de las normas que regulan los negocios. |                           |                            |           |

| <b>MAESTRÍA EN COMERCIALIZACIÓN DE CONOCIMIENTOS INNOVADORES</b>  |
|---|
| <b>PROGRAMA DE LA MATERIA: Marco Legal para la Creación de Empresas</b>   |
| <b>Descripción y conceptualización del curso:</b><br>El conocimiento del marco legal en el que desarrolla su actividad, es básico para el emprendedor.  |
| <b>CONTENIDOS TEMÁTICOS</b>   |
| <b>Unidad 1: Derecho del comercio en México</b><br>1.1 Comercio interior<br>1.2 Comercio exterior<br>1.3 Comercio electrónico   |
| <b>Unidad 2: Derecho mercantil</b><br>2.1 Legislación en materia de derecho mercantil<br>2.2 Sociedades mercantiles   |
| <b>Unidad 3: Derecho civil</b><br>3.1 Personas físicas y morales<br>3.2 Obligaciones<br>3.3 Contratos civiles   |
| <b>Unidad 4: Derecho fiscal</b><br>4.1 Fundamentos constitucionales del régimen financiero del Estado<br>4.2 Clasificación de ingresos:<br>Contribuciones: impuestos, derechos, aportaciones de seguridad social, contribución de mejoras.<br>Otros ingresos: productos y aprovechamientos. 3. Financiamientos: emisión de títulos, obligaciones, contratación de deuda pública.<br>4.3 Sujetos y objeto de la obligación fiscal<br>Obligaciones de los contribuyentes y facultades de comprobación de las autoridades fiscales<br>Régimen fiscal empresarial |
| <b>Unidad 5: Derecho laboral</b><br>5.1 Sujetos, derechos y obligaciones<br>5.2 Relación de trabajo y condiciones de trabajo<br>5.3 Suspensión y terminación de la relación de trabajo  |
| <b>ACTIVIDADES DE ENSEÑANZA-APRENDIZAJE:</b>  |

| <b>MAESTRÍA EN COMERCIALIZACIÓN DE CONOCIMIENTOS INNOVADORES</b>  |     |
|---|-----|
| <b>PROGRAMA DE LA MATERIA: Marco Legal para la Creación de Empresas</b>   |     |
| - La modalidad del proceso enseñanza-aprendizaje consiste en: Clases teóricas a cargo del profesor, estudio y trabajo individual del estudiante para analizar y plantear soluciones a las situaciones planteadas en el aula, así como la interacción en grupo para desarrollar trabajo colaborativo   |     |
| <b>CRITERIOS DE EVALUACIÓN</b>  |     |
| Solución de casos prácticos   | 30% |
| Elaboración de actividades mediante el desarrollo de trabajo colaborativa   | 20% |
| Exámenes escritos   | 50% |
| <b>RECURSOS DIDÁCTICOS:</b>   |     |
| <ul style="list-style-type: none"> <li>● Pintarrón</li> <li>● Cañón</li> <li>● Materiales diversos</li> </ul>   |     |
| <b>BIBLIOGRAFÍA</b>   |     |
| <ul style="list-style-type: none"> <li>● Becerra Ramírez, Manuel. (coord.), <i>Derecho de la Propiedad Intelectual, una perspectiva trinacional</i>, Ed. Universidad Nacional Autónoma de México, México, 2000.</li> <li>● Buen Lozano, Néstor de, <i>Derecho del trabajo</i>, Ed. Porrúa, 19ª ed., México, 2009.</li> <li>● Climent Beltrán, Juan B., <i>Formulario del derecho del trabajo</i>, Ed. Esfinge, México, 2009.</li> <li>● Galindo Garfías, Ignacio, <i>Derecho Civil</i>, Ed. Porrúa, 25ª ed., México, 2007.</li> <li>● García Rendón, Manuel, <i>Sociedades Mercantiles</i>, Ed. Oxford, México, 2008.</li> <li>● León Tovar, Soyla H. y González García, Hugo, <i>Derecho Mercantil</i>, Ed. Oxford, México, 2008.</li> <li>● Ortega Maldonado, Juan Manuel, <i>Derecho presupuestario. Temas selectos</i>, Ed. Porrúa, México, 2006.</li> <li>● Sánchez Gómez, Narciso, <i>Derecho Fiscal Mexicano</i>, Ed. Porrúa, México, 2008.</li> <li>● Sanromán, Roberto, <i>Derecho Laboral</i>, Ed. McGraw Hill, México, 2009.</li> <li>● Serra Rojas, Andrés, <i>Derecho económico</i>, Ed. Porrúa, 10ª ed., México, 2010.</li> </ul> |     |
| <b>PERFIL ACADÉMICO DEL DOCENTE:</b>  |     |
| <ul style="list-style-type: none"> <li>● Maestría o Doctorado en Derecho</li> <li>● Experiencia docente en el área de derecho empresarial</li> </ul>  |     |



| MAESTRÍA EN COMERCIALIZACIÓN DE CONOCIMIENTOS INNOVADORES  |             |                            |    |
|--|-------------|----------------------------|----|
| <b>PROGRAMA DE LA MATERIA: Valuación de Negocios y aceleramiento empresarial</b>   |             |                            |    |
| <b>EJE FORMATIVO:</b>  | Disciplinar | H/T:                       | 3  |
| <b>MODALIDAD:</b>  |             | H/P:                       | 2  |
| <b>VALOR EN CRÉDITOS:</b>  | 8           | <b>HORAS POR SEMESTRE:</b> | 80 |
| <b>Relación con las Líneas de Generación y Aplicación del Conocimiento:</b> Este curso se relaciona con la LGAC1, Emprendimiento.  |             |                            |    |
| <b>Objetivo general del programa:</b><br>Permitir al emprendedor, en sus etapas iniciales, desarrollar un plan de negocios integral para la creación de una empresa de alto potencial, gracias a una combinación de teoría, casos prácticos y sesiones de <i>coaching</i> , complementando su plan de negocios y sus estrategias operativas y financieras para un rápido crecimiento.  |             |                            |    |
| <b>Descripción y conceptualización del curso:</b> Curso temático que contribuye en la formación de estudiante en el área de emprendimiento. Iniciar una empresa es complejo, de la misma forma que su escalamiento.  |             |                            |    |
| CONTENIDOS TEMÁTICOS   |             |                            |    |
| <b>Unidad 1:</b> Valor de intangibles.<br>1.1 Patentes y marcas. Dimensiones de valoración que influyen en el desarrollo futuro de la empresa<br>1.2 Potencial tecnológico.<br>1.3 Relación activos fijos / ventas<br>1.4 Proyecciones. Escenarios en función de atributos de valor y posición competitiva.<br>1.5 Efectos de la dimensión tecnológica<br>1.6 Relación Costos/Gastos.<br>1.7 Factibilidad de mercado global.<br>1.8 Cuotas viables de mercado.<br>1.9 Estructura de los clientes.<br>1.10 Competidores.<br>1.11 Capacidad de la Innovación |             |                            |    |
| <b>Unidad 2:</b> Capitalización de beneficios futuros y adaptados o de dividendos<br>2.1 El descuento, instrumento para incluir los riesgos del futuro.<br>2.2 Diferencias entre valor y precio de una empresa<br>2.3 Margen de fluctuación como base de negociación.<br>2.4 Precio de compra sobre la base de los valores averiguados de la empresa<br>2.5 Oferta y demanda. Posición negociadora   |             |                            |    |

| <b>MAESTRÍA EN COMERCIALIZACIÓN DE CONOCIMIENTOS INNOVADORES</b>   |     |
|--|-----|
| <b>PROGRAMA DE LA MATERIA: Valuación de Negocios y aceleramiento empresarial</b>   |     |
| 2.6 Presentación contractual   |     |
| 2.7 Valuación después de primeros volúmenes de venta.  |     |
| 2.8 Equilibrio financiero.   |     |
| <b>Unidad 3:</b> Pruebas del concepto exitosas en el extranjero.   |     |
| 3.1 Disminución de riesgos.  |     |
| 3.2 Refinamiento de la valuación ejecutada   |     |
| 3.3 Opción de diferir, expandir o abandonar una inversión: valuación mediante opciones reales.   |     |
| 3.4 Caso práctico: Presentación (pitching) ante empresarios e inversionistas de forma grupal.  |     |
| <b>Unidad 4:</b> Financiamiento para el crecimiento rápido   |     |
| 4.1 Maximizar flujo de efectivo  |     |
| 4.2 Reducción de costos e inventarios  |     |
| 4.3 Plantilla de RH mínima   |     |
| <b>ACTIVIDADES DE ENSEÑANZA-APRENDIZAJE:</b>   |     |
| <ul style="list-style-type: none"> <li>- Clases teóricas a cargo del profesor.</li> <li>- Estudio y trabajo individual del estudiante</li> <li>- Análisis grupal de casos</li> </ul>   |     |
| <b>CRITERIOS DE EVALUACIÓN</b>   |     |
| - Se propone que el curso sea evaluado de acuerdo a las siguientes categorías:   |     |
| Análisis de casos  | 50% |
| Exámenes escritos  | 50% |
| <b>RECURSOS DIDÁCTICOS:</b>  |     |
| - Plataforma   |     |
| -Presentación en power point   |     |
| -Virtual   |     |
| <b>BIBLIOGRAFÍA</b>  |     |
| <ul style="list-style-type: none"> <li>● Accelerate: Building Strategic Agility for a Faster-Moving World</li> <li>● John P. Kotter. Harvard Business Review Press.</li> <li>● Finland as a Knowledge Economy 2.0: Lessons on Policies and Governance editado por Kimmo Halme, Ilari Lindy, Kalle A. Piirainen, Vesa Salminen, Justine White. World Bank 2013.</li> <li>● Entrepreneurship Programs and the Modern University</li> </ul> |     |

| MAESTRÍA EN COMERCIALIZACIÓN DE CONOCIMIENTOS INNOVADORES  |  |
|--|--|
| <b>PROGRAMA DE LA MATERIA: Valuación de Negocios y aceleramiento empresarial</b>   |  |
| <ul style="list-style-type: none"> <li>• Michael H. Morris, Donald F. Kuratko, Jeffrey R. Cornwall</li> <li>• EE publisher 2013</li> <li>• OECD Studies on SMEs and Entrepreneurship Mexico: Key Issues and Policies 2013</li> <li>• The Zfactor Business Accelerator: For Financial Professionals</li> <li>• <a href="#">Thomas E. Ackerman</a>, Thomas Gualdoni, Alan W. Goldsberry</li> <li>• CreateSpace Independent Publishing Platform, Small Business Innovation Research: Abstracts of Phase I Awards (1995)</li> <li>• The Small Business Innovation Research Program: An Assessment Board on Science, Technology and Economic Policy, National Research Council 2000 NAS</li> <li>• Innovation Through Cooperation: The Emergence of an Idea Economy Georg Weiers Springer 2014</li> </ul> |  |
| <b>PERFIL ACADÉMICO DEL DOCENTE:</b> Doctor en ingeniería, ciencias o economía, con experiencia en Plan de Negocios y Escalamiento Empresarial.  |  |

| MAESTRÍA EN COMERCIALIZACIÓN DE CONOCIMIENTOS INNOVADORES   |                           |                            |    |
|---|---------------------------|----------------------------|----|
| <b>PROGRAMA DE LA MATERIA: Temas selectos de Emprendimiento</b>   |                           |                            |    |
| <b>EJE FORMATIVO:</b>   | Disciplinar               | H/T:                       | 3  |
| <b>MODALIDAD:</b>   | Posgrado con la Industria | H/P:                       | 2  |
| <b>VALOR EN CRÉDITOS:</b>   | 8                         | <b>HORAS POR SEMESTRE:</b> | 80 |
| <b>Relación con las Líneas de Generación y Aplicación del Conocimiento:</b> Este curso se relaciona con la LGAC1: Emprendimiento.   |                           |                            |    |
| <b>Objetivo general del programa:</b><br>Que el estudiante cuente con conocimientos y habilidades, en temáticas actuales en el área de innovación.  |                           |                            |    |
| <b>Descripción y conceptualización del curso:</b> Con este curso, se pone a disponibilidad el espacio para un curso de vanguardia que requiera el estudiante para fortalecer su perfil y para continuar con el desarrollo de su trabajo de tesis. |                           |                            |    |
| CONTENIDOS TEMÁTICOS  |                           |                            |    |
| <b>A sugerencia del profesor.</b>   |                           |                            |    |
| <b>ACTIVIDADES DE ENSEÑANZA-APRENDIZAJE:</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Clases teóricas a cargo del profesor</li> <li>• Estudio y trabajo individual del estudiante</li> </ul>  |                           |                            |    |

|  |
|--|
| <ul style="list-style-type: none"><li>• Análisis grupal de casos</li></ul>   |
| <b>CRITERIOS DE EVALUACIÓN</b><br>A sugerencia del profesor  |
| <b>RECURSOS DIDÁCTICOS:</b><br>-- Plataforma<br>-Presentación en power point<br>-Virtual   |
| <b>BIBLIOGRAFÍA</b><br>A sugerencia del profesor.  |
| <b>PERFIL ACADÉMICO DEL DOCENTE:</b><br>Maestro o doctor en economía o finanzas, ciencias aplicadas o ingeniería, con experiencia emprendimiento o gestión de la innovación. |

## Cursos Temáticos

### LGAC2: GESTIÓN DE LA INNOVACIÓN

| MAESTRÍA EN COMERCIALIZACIÓN DE CONOCIMIENTOS INNOVADORES  |                           |                            |    |
|--|---------------------------|----------------------------|----|
| <b>PROGRAMA DE LA MATERIA: Paquetes Tecnológicos</b>   |                           |                            |    |
| <b>EJE FORMATIVO:</b>  | Disciplinar               | H/T:                       | 3  |
| <b>MODALIDAD:</b>  | Posgrado con la Industria | H/P:                       | 2  |
| <b>VALOR EN CRÉDITOS:</b>  | 8                         | <b>HORAS POR SEMESTRE:</b> | 80 |
| <b>Relación con las Líneas de Generación y Aplicación del Conocimiento:</b> Este curso se relaciona con la LGAC2: Gestión de la innovación.  |                           |                            |    |
| <b>Objetivo general del programa:</b> Que los estudiantes conozcan los procesos asociados a la integración de paquetes tecnológicos, así como su importancia en la transferencia, licenciamiento y comercialización de tecnologías basadas en investigaciones científicas. |                           |                            |    |
| <b>Descripción y conceptualización del curso:</b> Se trata de un curso fundamental para el emprendedor que aspira a llevar su producto o servicio al mercado, para lo cual, debe aprender a elaborar atractivos paquetes tecnológicos.                                     |                           |                            |    |
| CONTENIDOS TEMÁTICOS   |                           |                            |    |
| <b>Unidad 1:</b> Introducción a Paquetes Tecnológicos.   |                           |                            |    |
| 1.1 Definición y conceptos asociados a la integración de paquetes tecnológicos   |                           |                            |    |
| 1.2 Importancia de los paquetes tecnológicos en la transferencia de tecnología   |                           |                            |    |
| 1.3 Integración de equipos de trabajo para la integración de paquetes tecnológicos   |                           |                            |    |
| 1.4 Ejemplos de paquetes tecnológicos en diversas industrias   |                           |                            |    |
| 1.5 Investigación y desarrollo tecnológico   |                           |                            |    |
| 1.6 Creación de oportunidades de alto valor agregado   |                           |                            |    |
| 1.7 Innovación y ventaja competitiva   |                           |                            |    |
| 1.8 Estudio de factibilidad técnica-económica  |                           |                            |    |
| <b>Unidad 2:</b> Etapas del desarrollo tecnológico   |                           |                            |    |
| 2.1 Desarrollo de la idea  |                           |                            |    |
| 2.2 Planta piloto  |                           |                            |    |
| 2.3 Prueba de conceptos  |                           |                            |    |
| 2.4 Construcción y prueba de prototipos finales  |                           |                            |    |
| 2.5 Escalamiento   |                           |                            |    |
| <b>Unidad 3:</b> Elementos de los paquetes tecnológicos  |                           |                            |    |
| 3.1 Estrategia comercial   |                           |                            |    |
| 3.2 Estrategia legal   |                           |                            |    |
| 3.3 Estrategia tecnológica   |                           |                            |    |

|  |                                  |                            |           |
|--|----------------------------------|----------------------------|-----------|
| 3.4 Estrategia de financiamiento   |                                  |                            |           |
| 3.5 Estrategia de propiedad intelectual  |                                  |                            |           |
| 3.6 Manual de transferencia  |                                  |                            |           |
| <b>Unidad 4: Uso de la tecnología</b>  |                                  |                            |           |
| 4.1 Asimilación de los paquetes tecnológicos en las empresas   |                                  |                            |           |
| 4.2 Explotación comercial y seguimiento  |                                  |                            |           |
| <b>ACTIVIDADES DE ENSEÑANZA-APRENDIZAJE:</b>   |                                  |                            |           |
| La modalidad del proceso enseñanza-aprendizaje consiste en: Clases teóricas a cargo del profesor, y estudio y trabajo individual del estudiante para resolver problemas a partir de una metodología de estudios de caso.   |                                  |                            |           |
| <b>CRITERIOS DE EVALUACIÓN</b>   |                                  |                            |           |
| Se propone que el curso sea evaluado de acuerdo a las siguientes categorías:   |                                  |                            |           |
| 10-12 Tareas   | 50%                              |                            |           |
| 4 Exámenes escritos  | 50%                              |                            |           |
| <b>RECURSOS DIDÁCTICOS:</b>  |                                  |                            |           |
| - Plataforma   |                                  |                            |           |
| -Presentación en power point   |                                  |                            |           |
| -Virtual   |                                  |                            |           |
| <b>BIBLIOGRAFÍA</b>  |                                  |                            |           |
| <ul style="list-style-type: none"> <li>● Carvajal, Lizardo. Fundamentos de la Tecnología. Editorial Faid. Cali, 1998</li> <li>● IMPIVA, Contrato de Know-How. Guía para su Redacción. Generalitat Valenciana, Valencia. 1986</li> <li>● Martínez, Ángel, La gestión de los mecanismos de transferencia de tecnología. Alta Dirección Barcelona. 1992</li> <li>● Moreno, Posada. Félix y Moreno Posada Darío. Introducción al Desarrollo Tecnológico. SENA. 1986</li> </ul> |                                  |                            |           |
| <b>PERFIL ACADÉMICO DEL DOCENTE:</b> Maestro o doctor en administración, gestión de la innovación y/o ingenierías con experiencia en la comercialización y transferencia de tecnologías.   |                                  |                            |           |
| <b>MAESTRÍA EN COMERCIALIZACIÓN DE CONOCIMIENTOS INNOVADORES</b>   |                                  |                            |           |
| <b>PROGRAMA DE LA MATERIA: Evaluación de procesos y tecnologías</b>  |                                  |                            |           |
| <b>EJE FORMATIVO:</b>  | <b>Disciplinar</b>               | <b>H/T:</b>                | <b>3</b>  |
| <b>MODALIDAD:</b>  | <b>Posgrado con la industria</b> | <b>H/P:</b>                | <b>2</b>  |
| <b>VALOR EN CRÉDITOS:</b>  | <b>8</b>                         | <b>HORAS POR SEMESTRE:</b> | <b>80</b> |
| <b>Relación con las Líneas de Generación y Aplicación del Conocimiento:</b> Este curso se relaciona con la LGAC2: Gestión de la innovación.  |                                  |                            |           |
| <b>Objetivo general del programa:</b>  |                                  |                            |           |
| El objetivo del curso es que los participantes conozcan y comprendan los fundamentos de las principales formas de estimar el valor de una tecnología en fases tempranas y sus procesos. El enfoque del curso se  |                                  |                            |           |

orienta a reconocer la importancia de llegar a un acuerdo acerca del valor de una tecnología incluso antes de haber finalizado un acuerdo de transferencia de tecnología. Al final del curso los estudiantes contarán con diversas herramientas para determinar el valor de una tecnología incluyendo: la demanda de mercado, el grado de desarrollo y novedad de la tecnología y las proyecciones en la participación de mercado. Al conocer y utilizar herramientas de valoración de las tecnologías, los participantes incrementarán su capacidad para negociar un acuerdo que ayudará a llevar la tecnología al mercado y cultivar la relación entre las partes involucradas.

**Descripción y conceptualización del curso:** es fundamental para el emprendedor, conocer los fundamentos de las principales formas de estimar el valor de una tecnología en fases tempranas y sus procesos. Además, de conocer el valor de los procesos y las tecnologías.

### CONTENIDOS TEMÁTICOS

**Unidad 1:** Introducción

- 1.1 Concepto de valor de una tecnología
- 1.2 Procesos asociados al desarrollo tecnológico
- 1.3 Curva tecnológica
- 1.4 Madurez de la tecnología
- 1.5 Información de mercado

**Unidad 2:** Técnicas de Valoración de la tecnología

- 2.1 Valoración de tecnologías en fases tempranas
- 2.2 Técnica de estimación del Valor Presente de una tecnología
- 2.3 Técnica de cálculo de costos de un desarrollo tecnológico
- 2.4 Técnica de enfoque en el mercado
- 2.5 Técnica de negociación de porcentajes de regalías
- 2.6 Método de factor tecnológico
- 2.7 Técnicas mixtas
- 2.8 Adopción y aceptación de la tecnología

**Unidad 3:** Valoración de bienes intangibles formales y no formales

- 3.1 Áreas aplicación de la tecnología
- 3.2 Valoración de la Propiedad Intelectual
- 3.3 Valoración de bienes intangibles no formales (know-how, experiencia de la compañía)

**Unidad 4:** Negociación del valor de una tecnología

- 4.1 Acuerdos de licenciamiento
- 4.2 Joint ventures
- 4.3 Estimación de riesgos

**ACTIVIDADES DE ENSEÑANZA-APRENDIZAJE:**

Clases teórico- prácticas a cargo del profesor y, estudio y trabajo individual del estudiante para analizar y plantear soluciones a las situaciones planteadas en el aula.

**CRITERIOS DE EVALUACIÓN**

Se propone que el curso sea evaluado de acuerdo a las siguientes categorías:

|                      |     |
|----------------------|-----|
| Ejercicios prácticos | 50% |
| Exámenes escritos    | 50% |

**RECURSOS DIDÁCTICOS:**

- Plataforma
- Presentación en power point
- Virtual

**BIBLIOGRAFÍA**

- Arana M: ¿Valoración o Evaluación de Tecnología? Una Polémica Actual, en: Tecnología y Sociedad, Colectivo de autores, GEST, Editorial Félix Varela, La Habana, 1999.
- Potter RH. 2007. Technology Valuation: An Introduction. In Intellectual Property Management in Health and Agricultural Innovation: A Handbook of Best Practices (eds. A Krattiger, RT Mahoney, L Nelsen, et al.). MIHR: Oxford, U.K., and PIPRA: Davis,
- VDI-Richtlinie 3780, 2000, Technology Assessment Concepts and Foundations, Beuth.
- Ueda, K., Takenaka, T., Váncza, J., Monostori, L., 2009, Value creation and decision-making in sustainALE society, Annals of the CIRP, 58:681-700.
- Park, Y., Park, G., 2004, A new method for technology valuation in monetary value: procedure and application, Technovation 24:387-394.
- Triest, S. van; Vis, W., 2007, Valuing patents on cost-reducing, technology: A case study, Int. J. Production Economics, 105:282-292.
- Yan, L., Hong, Z., Lucheng, H., 2010, Review on methods of new technology valuation, Int. Conf. on E-Business and E-Government Proceedings, 1932:1935.
- Schuh, G., Klappert, S., Haag, C., 2007, Technology Balance: Technology Assessment according to IASB's Value in Use Approach, IAMOT 2007 Proceedings.
- Hunt, F.H., Probert, D.R., Wong, J.C., Phaal, R., 2003, Valuation of Technology: Exploring a Practical Hybrid Model, PICMET 2003 Proceedings, 47-53.
- Koho, M., 2010, Production System Assessment and Improvement – A Tool for Make-to-Order and Assemble-to-Order Companies, Doctoral dissertation, TUT Publication 885.

**PERFIL ACADÉMICO DEL DOCENTE:**

Maestro o doctor en administración, economía, gestión de la innovación, ingenierías y otras disciplinas relacionadas con la comercialización y transferencia de tecnologías.



| <b>MAESTRÍA EN COMERCIALIZACIÓN DE CONOCIMIENTOS INNOVADORES</b>  |                            |                            |           |
|---|----------------------------|----------------------------|-----------|
| <b>PROGRAMA DE LA MATERIA: Marco legal de la propiedad industrial</b>   |                            |                            |           |
| <b>EJE FORMATIVO:</b>   | <b>Disciplinar</b>         | <b>H/T:</b>                | <b>3</b>  |
| <b>MODALIDAD:</b>   | Posgrados con la industria | <b>H/P:</b>                | <b>2</b>  |
| <b>VALOR EN CRÉDITOS:</b>   | <b>8</b>                   | <b>HORAS POR SEMESTRE:</b> | <b>80</b> |
| <b>Relación con las Líneas de Generación y Aplicación del Conocimiento:</b> Este curso se relaciona con la LGAC2: Gestión de la innovación.   |                            |                            |           |
| <b>Objetivo general del programa:</b> Identificar las disposiciones generales del marco jurídico relativo a la propiedad industrial, como elemento necesario para proteger la innovación de las organizaciones.   |                            |                            |           |
| <b>Descripción y conceptualización del curso:</b><br>El conocimiento del marco legal en el que desarrolla su actividad, es básico para el desarrollo de las innovaciones.   |                            |                            |           |
| <b>CONTENIDOS TEMÁTICOS</b>   |                            |                            |           |
| <p><b>Unidad 1:</b> Propiedad industrial</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>1.1 Patentes</li> <li>1.2 Certificado de invención</li> <li>1.3 Diseño industrial</li> <li>1.4 Dibujo industrial</li> <li>1.5 Modelos industrial</li> <li>1.6 Modelos de utilidad</li> <li>1.7 Marca</li> <li>1.8 Diferentes categorías de marcas</li> <li>1.9 Nombre comercial</li> <li>1.10 Anuncios o avisos comerciales</li> <li>1.11 Secreto industrial y comercial</li> <li>1.12 Denominaciones de origen</li> <li>1.13 Creaciones industriales nuevas</li> </ul>   |                            |                            |           |
| <p><b>Unidad 2:</b> Procedimientos de propiedad industrial</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>2.1 Requisitos de patentabilidad y procedimiento para la obtención de la patente</li> <li>2.2 Derechos y obligaciones del titular de la patente</li> <li>2.3 Temporalidad</li> <li>2.4 Procedimientos administrativos en caso de conflicto y procesos judiciales</li> <li>2.5 Protección internacional y solución de controversias</li> <li>2.6 Sistemas de protección para diseños, dibujos y modelos industriales</li> <li>2.7 El uso como fuente del derecho a la marca</li> <li>2.8 Procedimiento para el registro de la marca</li> <li>2.9 Derechos y obligaciones del titular de la marca registrada</li> <li>2.10 Temporalidad</li> <li>2.11 Principio de la especialidad de la marca. Principio de territorialidad</li> <li>2.12 Modos de concluir la exclusividad de la marca</li> <li>2.13 Limitaciones al Derecho de la Marca</li> <li>2.14 Franquicia</li> <li>2.15 Procedimiento administrativos en caso de conflicto y procesos judiciales</li> <li>2.16 Protección internacional y solución de controversias</li> <li>2.17 Procedimiento para la publicación del nombre comercial <ul style="list-style-type: none"> <li>Obligaciones del titular</li> <li>Pérdida del derecho</li> </ul> </li> <li>2.18 Anuncios. Su clasificación y procedimiento aplicable <ul style="list-style-type: none"> <li>Duración de la exclusividad</li> <li>Restricciones en la elección de anuncios</li> <li>Derechos del titular del registro</li> <li>Pérdida del registro</li> </ul> </li> </ul> |                            |                            |           |

| <b>MAESTRÍA EN COMERCIALIZACIÓN DE CONOCIMIENTOS INNOVADORES</b>   |     |                             |     |   |     |                   |     |
|--|-----|-----------------------------|-----|---|-----|-------------------|-----|
| <b>PROGRAMA DE LA MATERIA: Marco legal de la propiedad industrial</b>  |     |                             |     |   |     |                   |     |
| <p><b>Unidad 3:</b> Transferencia tecnológica y otros derechos de propiedad industrial</p> <p>3.1 Declaratoria de protección</p> <p>3.2 Titularidad</p> <p>3.3 Denominaciones de origen mexicanas</p> <p>3.4 Régimen jurídico internacional. Arreglo de Lisboa</p> <p>3.5 Secreto industrial y comercial</p> <p>3.6 Propiedad industrial y traspaso de tecnología</p> <p>3.7 Régimen jurídico nacional</p> <p>3.8 Tratados aplicables</p> <p>3.9 Obtentores de variedades vegetales</p> <p>3.10 Régimen jurídico mexicano</p> <p>3.11 Régimen jurídico internacional. Tratados aplicables</p>  |     |                             |     |   |     |                   |     |
| <p><b>Unidad 4:</b> Ilícitos en materia de propiedad industrial y variedad vegetales</p> <p>4.1 Infracciones administrativas. Su sanción</p> <p>4.2 Delito y su penalidad</p> <p>4.3 Delitos de invasión de patente, del certificado de invención y sobre diseño industrial</p> <p>4.4 Delitos de violación de secretos industriales</p> <p>4.5 Delitos en materia de marcas de productos y de servicios</p> <p>4.6 Delito de falsificación de nombre comercial</p> <p>4.7 Usurpación del aviso o anuncio comercial</p> <p>4.8 Delitos sobre las denominaciones de origen</p>  |     |                             |     |   |     |                   |     |
| <p><b>ACTIVIDADES DE ENSEÑANZA-APRENDIZAJE:</b></p> <p>Clases teóricas a cargo del profesor, estudio y trabajo individual del estudiante para analizar y plantear soluciones a las situaciones generadas en el aula, así como la interacción en grupo para desarrollar trabajo colaborativo.</p>   |     |                             |     |   |     |                   |     |
| <p><b>CRITERIOS DE EVALUACIÓN</b></p> <p>Se propone que el curso sea evaluado de acuerdo a las siguientes categorías:</p> <table style="width: 100%; border-collapse: collapse;"> <tr> <td>Solución de casos prácticos</td> <td style="text-align: right;">30%</td> </tr> <tr> <td>Elaboración de actividades mediante el desarrollo de trabajo colaborativo</td> <td style="text-align: right;">20%</td> </tr> <tr> <td>Exámenes escritos</td> <td style="text-align: right;">50%</td> </tr> </table>   |     | Solución de casos prácticos | 30% | Elaboración de actividades mediante el desarrollo de trabajo colaborativo | 20% | Exámenes escritos | 50% |
| Solución de casos prácticos  | 30% |                             |     |   |     |                   |     |
| Elaboración de actividades mediante el desarrollo de trabajo colaborativo  | 20% |                             |     |   |     |                   |     |
| Exámenes escritos  | 50% |                             |     |   |     |                   |     |
| <p><b>RECURSOS DIDÁCTICOS:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Plataforma</li> <li>-Presentación en power point</li> <li>-Virtual</li> </ul>  |     |                             |     |   |     |                   |     |
| <p><b>BIBLIOGRAFÍA</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>● Arce Gargollo, Javier, <i>El Contrato de Franquicia</i>, Ed. Themis, 6ª ed., México, 2009.</li> <li>● Delgado Reyes, Jaime, <i>Patentes de invención, diseños industriales y modelos industriales</i>, Ed. Oxford, México, 2001.</li> <li>● Iglesias Rebollo, César, González Gordon María, <i>Diccionario de Propiedad Intelectual, Español/Inglés/Español</i>, Colección de Propiedad Intelectual, Editorial Reus, S.A., Madrid, 2005.</li> <li>● Parets Gómez, Jesús, <i>El Proceso Administrativo de Infracción Intelectual</i>, Editorial Sista, S.A. de C.V., Primera Publicación, México, 2007.</li> <li>● Parets Gómez, Jesús. <i>Teoría y Práctica del Derecho de Autor</i>. Editorial Sista, S.A. de C.V., Primera Publicación, México, 2012.</li> <li>● Pérez Fuentes, Gisela María, Parets Gómez Jesús y colabs, <i>La Propiedad Intelectual en la Era de la Globalización. Una Mirada al Ámbito Universitario</i>, Editorial Themis, S.A. de C.V., México, 2008.</li> <li>● Rangel Medina, David, <i>Derecho de la propiedad industrial e intelectual</i>, Ed. UNAM, México, 1991.</li> <li>● Solorio Pérez Oscar Javier y colabs, <i>Derechos de Autor para Universitarios</i>, Universidad de Colima, México, 2007.</li> <li>● Viñamata Pashkes, Carlos, <i>La propiedad intelectual</i>, Ed. Trillas, 3ª ed., México, 2005.</li> <li>● Magaña Rufino, Manuel, <i>Análisis de la propiedad industrial en México</i>, Ed. Porrúa, 2ª ed., México, 2000.</li> </ul> |     |                             |     |   |     |                   |     |
| <p><b>PERFIL ACADÉMICO DEL DOCENTE:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>● Maestría o doctorado en derecho.</li> <li>● Experiencia docente en el área de derecho de la propiedad intelectual.</li> </ul>   |     |                             |     |   |     |                   |     |

| <b>PROGRAMA DE LA MATERIA: Temas Selectos de Gestión de la Innovación</b>   |                                  |                            |           |
|---|----------------------------------|----------------------------|-----------|
| <b>EJE FORMATIVO:</b>   | <b>Disciplinar</b>               | <b>H/T:</b>                | <b>3</b>  |
| <b>MODALIDAD:</b>   | <b>Posgrado con la Industria</b> | <b>H/P:</b>                | <b>2</b>  |
| <b>VALOR EN CRÉDITOS:</b>   | <b>8</b>                         | <b>HORAS POR SEMESTRE:</b> | <b>80</b> |
| <b>Relación con las Líneas de Generación y Aplicación del Conocimiento:</b> Este curso se relaciona con la LGAC2: Gestión de la innovación.   |                                  |                            |           |
| <b>Objetivo general del programa:</b><br>Que el estudiante cuente con conocimientos y habilidades, en temáticas actuales en el área de innovación.  |                                  |                            |           |
| <b>Descripción y conceptualización del curso:</b> Con este curso, se pone a disponibilidad el espacio para un curso de vanguardia que requiera el estudiante para fortalecer su perfil y para continuar con el desarrollo de su trabajo de tesis. |                                  |                            |           |
| <b>CONTENIDOS TEMÁTICOS</b>   |                                  |                            |           |
| <b>A sugerencia del profesor.</b>   |                                  |                            |           |
| <b>ACTIVIDADES DE ENSEÑANZA-APRENDIZAJE:</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>● Clases teóricas a cargo del profesor</li> <li>● Estudio y trabajo individual del estudiante</li> <li>● Análisis grupal de casos</li> </ul>                  |                                  |                            |           |
| <b>CRITERIOS DE EVALUACIÓN</b><br>A sugerencia del profesor   |                                  |                            |           |
| <b>RECURSOS DIDÁCTICOS:</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>- - Plataforma</li> <li>-Presentación en power point</li> <li>-Virtual</li> </ul>  |                                  |                            |           |
| <b>BIBLIOGRAFÍA</b><br>A sugerencia del profesor.   |                                  |                            |           |
| <b>PERFIL ACADÉMICO DEL DOCENTE:</b><br>Maestro o doctor en economía o finanzas, ciencias aplicadas o ingeniería, con experiencia emprendimiento o gestión de la innovación.  |                                  |                            |           |