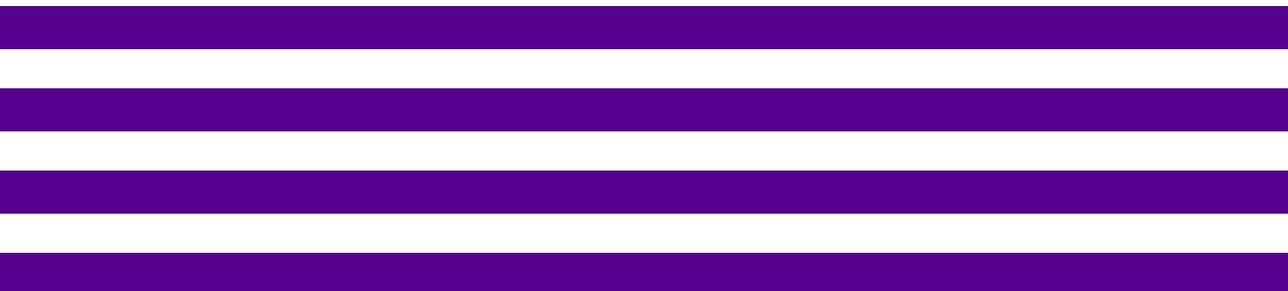


Guía de Trabajo

Introducción a la Administración y Negocios Digitales

Davy Darío Veli Rojas



Guía de Trabajo

Introducción a la Administración y Negocios Digitales

Material publicado con fines de estudio.

Código:

2025

Todos los derechos reservados.

La *Guía de Trabajo*, recurso educativo editado por la Oficina de Gestión Curricular, puede ser impresa para fines de estudio.

Contenido

Presentación

Primera Unidad

Introducción a la Administración, plan de estudios y marco normativo de la EAP Administración

Semana 1: Sesión 2

¿Quiénes son los gerentes y qué hacen?

Semana 2: Sesión 2

Plan de estudios: certificaciones, credenciales, líneas de investigación, etc.

Semana 3: Sesión 2

Reglamento académico

Semana 4: Sesión 2

Reglamento de grados y títulos

Segunda Unidad

El entorno a la administración

Semana 5: Sesión 2

Evolución del pensamiento administrativo

Semana 6: Sesión 2

Ética y responsabilidad social

Semana 7: Sesión 2

Administración de empleados diversos en un entorno multicultural

Semana 8: Sesión 2

Tercera Unidad

Rol del administrador de negocios digitales

Semana 9: Sesión 2

Rol y funciones de un administrador de negocios digitales

Semana 10: Sesión 2

Innovación y tendencias de los negocios digitales

Semana 11: Sesión 2

Aprendizaje, creatividad y espíritu emprendedor en los negocios digitales

Semana 12: Sesión 2

Toma de decisiones gerenciales

Cuarta Unidad

Modelos de negocio

Semana 13: Sesión 2

Enfoque de cliente-problema-solución

Semana 14: Sesión 2

Propuestas de valor disruptivas

Semana 15: Sesión 2

Herramientas de para el diseño de modelos de negocio (Business Model Canvas, propuesta de valor, Lean Startup y Desing Thinking)

Semana 16: Sesión 2

Referencias

Presentación

La presente Guía de Trabajo es de suma importancia para el óptimo desarrollo de la asignatura de Introducción a la Administración y Negocios Digitales, porque detalla cómo se deben desarrollar las actividades prácticas.

Esta guía se encuentra estructurada teniendo en consideración las unidades que componen la asignatura y sus respectivos casos de estudio.

El resultado de aprendizaje de la asignatura consiste en que el estudiante sea capaz de comprender cómo desarrollar su plan de estudios y los requisitos que debe cumplir para graduarse; así como de conocer cuál es el rol del administrador y el de las organizaciones a través del desarrollo y el análisis de los diferentes modelos de negocio existentes.

Se recomienda la lectura constante de los textos seleccionados, la revisión continua de los contenidos desarrollados y ampliar la información recibida. Los casos propuestos en esta guía responden a datos y situaciones ficticias y reales en las organizaciones digitales. Se sugiere que organices tu tiempo para obtener buenos resultados, la clave radica en lograr un equilibrio entre tus actividades personales y las actividades que realizas como estudiante. El aprendizaje requiere de persistencia, por ello es necesario encontrarse plenamente motivado para hacerlo mejor cada día.

Davy Darío Veli Rojas

Primera **Unidad**

**Introducción a la
Administración, plan de estudios
y marco normativo de la EAP
Administración**

Semana 1: Sesión 2

¿Quiénes son los gerentes y qué hacen?

Sección: Fecha:/...../..... Duración: 60 minutos

Docente: Unidad: 1

Nombres y apellidos:

Instrucciones

En esta sesión, los estudiantes trabajarán en grupos para analizar el contexto de una empresa, sea una startup de e-commerce, una app de delivery, o una plataforma de educación en línea. Se recomienda que cada integrante del grupo asuma un rol para organizar la actividad y garantizar la participación equitativa.

I. Propósito

Al finalizar la sesión, el estudiante define los conceptos básicos de la administración y la importancia de la era tecnológica para los gerentes.

II. Descripción de la actividad por realizar

Cada equipo representará una empresa digital (por ejemplo, una startup de e-commerce, una app de delivery, o una plataforma de educación en línea).

Asignación de roles: Dentro de cada equipo, asignar roles gerenciales:

- Gerente General.
- Gerente de Operaciones.
- Gerente de Marketing Digital.
- Gerente de Tecnología.
- Gerente de Finanzas.

Cada equipo recibirá un escenario hipotético relacionado con un desafío empresarial (por ejemplo, lanzar un nuevo producto digital, expandirse a un nuevo mercado, o mejorar la experiencia del cliente).

Los estudiantes deberán aplicar las funciones gerenciales (planificación, organización, dirección y control) para resolver el problema.

Cada equipo presentará su propuesta en una simulación de junta directiva, explicando cómo abordaron el desafío desde cada área gerencial.

La presentación debe incluir: objetivos, estrategias, recursos utilizados, y métricas de éxito.

Semana 2: Sesión 2

Tipos de estudios de investigación de mercado

Sección: Fecha:/...../..... Duración: 60 minutos

Docente: Unidad: 1

Nombres y apellidos:

Instrucciones

En esta sesión, los estudiantes trabajarán en grupos para reconocer los tipos de estudios de investigación mediante la elaboración de un mapa mental.

I. Propósito

Al finalizar la sesión, el estudiante reconoce la importancia de la carrera y el plan de estudios, certificaciones, credenciales y las líneas de investigación.

II. Descripción de la actividad por realizar

1. Investigar sobre las certificaciones y credenciales más relevantes en el ámbito de los negocios digitales.
2. Además, identificarán las principales líneas de investigación actuales en este campo.
3. Cada equipo diseñará un plan de desarrollo profesional para el perfil de un graduado en negocios digitales.

El plan debe incluir:

- Certificaciones y credenciales recomendadas.
- Líneas de investigación relacionadas con sus intereses.
- Recursos y herramientas para alcanzar los objetivos (cursos, conferencias, libros, etc.).
- Presentación de resultados:
- Cada equipo presentará su plan de desarrollo profesional en una exposición de 10-15 minutos.

- La presentación debe incluir una justificación de las elecciones realizadas y cómo estas contribuyen al crecimiento profesional del perfil seleccionado.

Semana 3: Sesión 2

Definición y enfoque del problema de investigación de mercado

Sección: Fecha: .../...../..... Duración: 60 minutos

Docente: Unidad: 1

Nombres y apellidos:

Instrucciones

En esta sesión, los estudiantes trabajarán en grupos para identificar el reglamento académico de la Universidad Continental, se adjunta el documento para desarrollar esta actividad.

[Reglamento académico](#)

I. Propósito

Al finalizar la sesión, el estudiante identifica la importancia del idioma extranjero, así como el reglamento académico de la carrera

II. Descripción de la actividad por realizar

1. Formar equipos de 3 o 4 integrantes
2. Cada equipo revisará el reglamento académico de la universidad, enfocándose en aspectos clave como:
 - Procesos de evaluación y calificación.
 - Normas de asistencia y participación.
 - Derechos y deberes de los estudiantes.
 - Régimen disciplinario y procedimientos para resolver conflictos.
 - Cada equipo discutirá cómo estas normas impactan su formación académica y profesional.
 - Identificarán cómo el cumplimiento del reglamento académico puede contribuir al desarrollo de habilidades como la responsabilidad, la ética y la disciplina.
 - Cada equipo presentará un resumen de su análisis y reflexión en una

exposición de 10 minutos.

- La presentación debe incluir ejemplos concretos de cómo el reglamento académico se relaciona con el mundo de los negocios digitales.

3. Finalmente, cada grupo realizará una presentación al salón.

Semana 4: Sesión 2

Reglamento de grados y títulos

Sección: Fecha:/...../..... Duración: 60 minutos

Docente: Unidad: 1

Nombres y apellidos:

Instrucciones

En esta sesión, los estudiantes trabajarán en grupos para revisar y señalar el Reglamento de Grados y Títulos y presentar un resumen del documento mediante un mapa conceptual.

I. Propósito

Al finalizar la sesión, el estudiante señala la importancia de la carrera y el plan de estudios, certificaciones, credenciales y las líneas de investigación.

II. Descripción de la actividad por realizar

1. Formar equipos de 3 o 4 integrantes
2. Cada equipo revisará el reglamento de grados y títulos de la universidad, enfocándose en aspectos clave como:
 - Requisitos de egreso (créditos, promedio mínimo, etc.).
 - Opciones de titulación (tesis, examen profesional, proyectos, etc.).
 - Trámites administrativos y plazos.
 - Normativas sobre trabajos de investigación o proyectos finales.
3. Cada equipo discutirá cómo estos requisitos y procesos impactan su formación académica y profesional.
4. Identificarán cómo las opciones de titulación pueden contribuir al desarrollo de habilidades relevantes en el ámbito de los negocios digitales (por ejemplo, investigación, innovación, gestión de proyectos).
5. Cada equipo presentará un resumen de su análisis y reflexión en una exposición de 10 minutos.

La presentación debe ser mediante un mapa conceptual

Segunda

Unidad

El entorno a la administración

Semana 5: Sesión 2

Evolución del pensamiento administrativo

Sección: Fecha:/...../..... Duración: 60 minutos

Docente: Unidad: 1

Nombres y apellidos:

Instrucciones

En esta sesión, los estudiantes trabajarán en grupos para explicar las teorías administrativas, relacionarlo con la importancia y la relación con la gestión de la administración digital.

I. Propósito

Al finalizar la sesión, el estudiante explica el pensamiento administrativo, desde la gestión digital.

II. Descripción de la actividad por realizar

1. De las teorías administrativas desarrolladas en clase, en grupos de estudiantes deben investigar una teoría administrativa asignada.
 - Teoría Científica (Frederick Winslow Taylor)
 - Teoría Clásica (Henri Fayol)
 - Teoría de la Burocracia (Max Weber)
 - Teoría de las Relaciones Humanas (Elton Mayo)
 - Teoría de Sistemas (Ludwig von Bertalanffy)
 - Teoría Neoclásica
 - Teoría X y Teoría Y (Douglas McGregor)
2. Cada grupo debe preparar una presentación sobre su teoría asignada, incluyendo ejemplos prácticos, mediante una línea de tiempo.
3. Al término de la sesión los grupos presenten sus hallazgos y respondan preguntas que los demás grupos van a formular.

Semana 6: Sesión 2

Ética y responsabilidad social

Sección: Fecha:/...../..... Duración: 60 minutos

Docente: Unidad: 1

Nombres y apellidos:

Instrucciones

En esta sesión, los estudiantes trabajarán primero de manera individual y posteriormente de manera grupos para analizar la ética y responsabilidad social mediante el desarrollo de un caso práctico.

I. Propósito

Al finalizar la sesión, el estudiante reconoce y explica la diferencia entre la ética y la moral, así como la responsabilidad social en el entorno empresarial digital.

II. Descripción de la actividad por realizar

1. Lee con atención el siguiente caso:

Caso: "**TechSolutions**"

Es una startup tecnológica que desarrolla una aplicación de salud con inteligencia artificial. La aplicación recopila datos personales sensibles de los usuarios (historial médico, ubicación, etc.), "TechSolutions" recibe una oferta de una empresa farmacéutica para vender los datos anonimizados de sus usuarios.

Se genera un debate interno sobre la ética de vender estos datos, incluso si están anonimizados.

2. Realiza un análisis individual:

- o Los estudiantes deben analizar el caso desde diferentes perspectivas éticas aprendidas en clase, luego identificar los dilemas éticos y los posibles impactos en los usuarios. Investigar el marco legal de protección de datos personales.

3. Realiza un análisis grupal para discutir y analizar el caso.

- o Cada grupo debe proponer una solución ética y justificarla con

argumentos sólidos.

- o Deben de realizar una matriz de decisión donde coloquen los pros y los contras de cada decisión.

Semana 7: Sesión 2

Administración de empleados diversos en un entorno multicultural

Sección: Fecha:/...../..... Duración: 60 minutos

Docente: Unidad: 1

Nombres y apellidos:

Instrucciones

En esta sesión, los estudiantes trabajarán en grupos para explicar la administración de empleados diversos en un entorno mediante la resolución de un caso de estudio.

I. Propósito

Al finalizar la sesión, el estudiante explica cómo es la administración digital en un entorno multicultural y empleados a nivel mundial.

II. Descripción de la actividad por realizar

1. Lee con atención el siguiente caso de estudio:

Caso: "**GlobalTech**"

Es una empresa emergente de tecnología digital que se expande a mercados internacionales.

2. Formar grupos y simular ser equipos de gestión de "GlobalTech". Cada grupo recibe perfiles de empleados ficticios de diferentes nacionalidades y culturas.
3. Cada equipo tendrá que analizar los perfiles, y organizar los equipos de trabajo para alcanzar objetivos planteados.
4. Análisis y Planificación: Los grupos deben analizar los perfiles de los empleados e identificar posibles desafíos y oportunidades relacionados con la diversidad cultural.
5. Deben desarrollar un plan de gestión de equipos que incluya

estrategias para:

- Comunicación intercultural efectiva.
 - Resolución de conflictos.
 - Fomento de la inclusión y el respeto.
 - Crear una matriz de riesgos, donde se coloquen los posibles conflictos que puedan surgir, y las posibles soluciones.
6. Finalmente, los estudiantes explicarán sus hallazgos en clases.

Tercera **Unidad**

**Rol del administrador de
negocios digitales**

Semana 9: Sesión 2

Rol y funciones de un administrador de negocios digitales

Sección: Fecha:/...../..... Duración: 60 minutos

Docente: Unidad: 1

Nombres y apellidos:

Instrucciones

Leer detenidamente el caso de estudio y comprender el contexto de la empresa, luego trabajar en equipos y asumir el rol de administradores digitales de la empresa, finalmente, presentar las soluciones propuestas y justificar su aplicabilidad en un entorno digital.

Propósito

Al finalizar la sesión, el estudiante describe la importancia de los negocios digitales en el contexto empresarial a nivel global y el rol del administrador actualmente.

I. Descripción de la actividad por realizar

1. Leer el siguiente caso, para luego describir características del rol y las funciones de un administrador.

Caso: "InnovateHub"

Es una startup de negocios digitales con sede en [Ciudad/País], especializada en ofrecer servicios de consultoría y desarrollo de soluciones tecnológicas innovadoras. Nuestro objetivo es impulsar la transformación digital de nuestros clientes, ayudándoles a optimizar sus procesos, mejorar su eficiencia y alcanzar sus objetivos de negocio.

Misión

Nuestra misión es ser el socio estratégico de nuestros clientes en su camino hacia la transformación digital, proporcionando soluciones

tecnológicas de vanguardia y servicios de consultoría de alta calidad que generen valor y resultados tangibles.

Visión

Aspiramos a ser reconocidos como líderes en el mercado de soluciones tecnológicas y consultoría digital, destacando por nuestra innovación, excelencia en el servicio y compromiso con el éxito de nuestros clientes.

Servicios

Consultoría en Transformación Digital: Asesoramiento estratégico para la adopción de tecnologías digitales en los procesos de negocio.

Desarrollo de Software a Medida: Diseño y desarrollo de aplicaciones web y móviles personalizadas para satisfacer las necesidades específicas de cada cliente.

Implementación de Soluciones Cloud: Migración y gestión de infraestructuras en la nube para mejorar la escalabilidad y flexibilidad de los sistemas.

Marketing Digital: Desarrollo de estrategias de marketing online para aumentar la visibilidad y el alcance de las marcas en el entorno digital.

Análisis de Datos y Business Intelligence: Implementación de herramientas y técnicas para la extracción, análisis y visualización de datos, permitiendo la toma de decisiones informadas.

Clientes

Nuestra cartera de clientes incluye empresas de diversos sectores, desde pequeñas y medianas empresas (PYMEs) hasta grandes corporaciones. Hemos trabajado con clientes en los sectores de:

- Comercio electrónico
- Educación
- Salud
- Finanzas
- Tecnología

Desafíos

Competencia intensa en el mercado de soluciones tecnológicas.

Necesidad de mantenerse actualizado con las últimas tendencias y

tecnologías.

Adquisición y retención de talento especializado.

Construcción de una marca sólida y reconocimiento en el mercado.

Adaptabilidad a los cambios constantes del mercado digital.

Oportunidades

Crecimiento exponencial del mercado de transformación digital.

Demanda creciente de soluciones tecnológicas personalizadas.

Expansión a nuevos mercados y sectores.

Desarrollo de alianzas estratégicas con otras empresas tecnológicas.

Implementación de inteligencia artificial y automatización de procesos.

2. Los estudiantes se dividen en grupos y simulan ser equipos de administración de "InnovateHub", cada grupo incluye información sobre su misión, visión, servicios, clientes, desafíos y oportunidades. Los grupos deben analizar el estudio de caso y asumir el rol de administradores digitales.
3. Finalmente, deben identificar los principales desafíos y oportunidades que enfrenta la empresa.

Semana 10: Sesión 2

Innovación y tendencias de los negocios digitales

Sección: Fecha:/...../..... Duración: 60 minutos

Docente: Unidad: 1

Nombres y apellidos:

Instrucciones

- Lee con atención el caso planteado
- Junto a tu grupo, identifica las tendencias digitales que se mencionan o se aplican en la empresa del caso.
- Completa una ficha donde anoten el nombre de cada tendencia, cómo se presenta en la empresa y qué mejora o beneficio genera.
- Piensa en un negocio real o conocido y escribe una tendencia que podría aplicarse en él.
- Al final de la sesión, cada grupo compartirá sus ideas con el resto de la clase.

I. Propósito

Al finalizar la sesión, el estudiante identifica las tendencias actuales de los negocios digitales, considerando su impacto en la innovación empresarial y en la evolución del mercado global.

II. Descripción de la actividad por realizar

1. **Leer el caso de estudio: “NextCommerce: Creciendo con tecnología”**
NextCommerce es una empresa peruana dedicada a la venta online de productos para el hogar. Durante los últimos años ha empezado a integrar tecnologías digitales como automatización de atención al cliente, marketing por redes sociales, ventas por WhatsApp y métodos de pago sin contacto. La gerencia busca entender qué otras **tendencias digitales** podrían aplicarse en el negocio y cómo estas ayudan a mejorar la experiencia del cliente y aumentar las ventas.
2. A partir del caso y material complementario, identificar dos tendencias digitales actuales (por ejemplo: e-commerce, automatización, inteligencia artificial, contenido digital, redes sociales, etc.).

3. Usar el cuadro y registrar:

Tabla 1

Cuadro de registro

Nombre de la tendencia.	¿Dónde se menciona en el caso?	¿Qué beneficio o innovación trae a la empresa?

4. En grupo, pensar en un negocio digital o tradicional que conozcan.

5. Identificar una tendencia digital que podrían aplicar y por qué.

6. Cada grupo comparte al final:

- Dos tendencias identificadas.
- Un ejemplo de aplicación en un negocio real o conocido.

Semana 11: Sesión 2

Innovación y tendencias de los negocios

Sección: Fecha:/...../..... Duración: 60 minutos

Docente: Unidad: 1

Nombres y apellidos:

Instrucciones

En esta sesión, los estudiantes trabajarán en grupos para comprender y analizar la importancia de la innovación en los negocios digitales, así como conocer las tendencias de los negocios de hoy.

I. Propósito

Al finalizar la sesión, el estudiante comprende y analiza el espíritu emprendedor en los negocios digitales.

II. Descripción de la actividad por realizar

1. Los estudiantes se dividen en grupos y exploran casos de éxito de emprendedores digitales que en la actualidad se han desarrollado y compiten a nivel global, para ello deberán investigar las tendencias y oportunidades en el mercado digital, mediante sesiones de "brainstorming" para generar ideas de negocios innovadoras. Con esta información, cada grupo selecciona una idea y desarrolla un modelo de negocio inicial, aplican técnicas de creatividad para refinar y mejorar la idea.
2. Se desarrollará un "Elevator pitch", para presentar la idea de negocio a sus compañeros de clase.

Semana 12: Sesión 2

Toma de decisiones gerenciales

Sección: Fecha:/...../..... Duración: 60 minutos

Docente: Unidad: 1

Nombres y apellidos:

Instrucciones

En esta sesión, los estudiantes trabajarán en grupos para analizar y deducir un caso que para finalmente presentar una solución viable haciendo uso de herramientas de gestión.

I. Propósito

Al finalizar la sesión, el estudiante revisa la información para la toma de decisiones gerenciales con el análisis de datos e información.

II. Descripción de la actividad por realizar

1. Leer el caso: "Click & Grow"

Es una empresa de comercio electrónico que vende kits de jardinería inteligente en línea.

La empresa enfrenta desafíos como la disminución de las ventas, la competencia creciente y la necesidad de expandirse a nuevos mercados.

Los estudiantes se dividen en grupos y simulan ser equipos de gestión de "Click & Grow".

2. Los grupos deben analizar el estudio de caso e identificar los principales problemas y desafíos que enfrenta la empresa.

3. Utilizar herramientas como el análisis FODA para evaluar la situación actual de "Click & Grow".

4. En grupo, generar varias alternativas de solución para los problemas

identificados.

5. Evaluar las alternativas utilizando matrices de decisiones y análisis de riesgos.

Tabla 1

Matriz de decisiones

Criterio	Ponderación (1-5)	Alternativa 1:	Alternativa 2:	Alternativa 3:
Total ponderado				

Tabla 2

Cuadro de Análisis de Riesgo

Alternativa	Riesgo principal	Probabilidad	Impacto

6. Justificar con una breve exposición cada una de las alternativas propuestas.

Cuarta **Unidad**

Modelos de negocio

Semana 13: Sesión 2

Enfoque de cliente-problema-solución

Sección: Fecha:/...../..... Duración: 60 minutos

Docente: Unidad: 1

Nombres y apellidos:

Instrucciones

En esta sesión, los estudiantes trabajarán en grupos para distinguir el enfoque de cliente, problema y solución, mediante la investigación del mercado digital.

I. Propósito

Al finalizar la sesión, el estudiante distingue el enfoque de la triada empresarial de cliente-problema-solución.

II. Descripción de la actividad por realizar

1. Los estudiantes se dividen en grupos y seleccionan un área de interés dentro del concepto del mercado digital. Luego cada grupo identifica un problema específico que enfrentan los clientes en esa área, realizando un "Brainstorming" para identificar la mayor cantidad de problemas posibles.
2. Los grupos investigan a fondo a los clientes potenciales, utilizando diversas fuentes de información (encuestas, entrevistas, análisis de redes sociales).
3. Como parte de la solución, los grupos diseñan una solución digital innovadora que resuelva el problema identificado, elaborando una propuesta de valor clara y convincente que destaque los beneficios para el cliente.
4. Se realizará una presentación final, donde cada equipo de trabajo expondrá su propuesta de valor.

Semana 14: Sesión 2

Propuestas de valor

Sección: Fecha:/...../..... Duración: 60 minutos

Docente: Unidad: 1

Nombres y apellidos:

Instrucciones

En esta sesión, los estudiantes trabajarán en grupos para planificar una propuesta disruptiva de un modelo de negocio dentro del mercado digital.

I. Propósito

Al finalizar la sesión, el estudiante planifica una propuesta de valor disruptiva a un negocio tradicional.

II. Descripción de la actividad por realizar

1. Los estudiantes se dividen en grupos y seleccionan un mercado digital específico (por ejemplo, educación en línea, entrega de alimentos, entretenimiento).
2. Cada grupo investiga las tendencias actuales, los competidores y las necesidades insatisfechas de los clientes en el mercado seleccionado.
3. Realicen una lluvia de ideas, para identificar los problemas que actualmente tienen los usuarios de las plataformas digitales.
4. Identifiquen las oportunidades de disrupción:
 - Los grupos identifican oportunidades para crear propuestas de valor disruptivas que transformen el mercado.
 - Se enfocan en encontrar formas de ofrecer soluciones más accesibles, convenientes o personalizadas para los clientes.
5. Diseño de propuestas de valor disruptivas:
 - Cada grupo diseña una propuesta de valor disruptiva que aborde las oportunidades identificadas.
6. Utilizan plantillas y herramientas para definir los elementos clave de su

propuesta (producto/servicio, beneficios, diferenciación).

7. Finalmente, cada grupo presentará a la clase su propuesta.

Semana 15: Sesión 2

Herramientas de para el diseño de modelos de negocio (Business Model Canvas, propuesta de valor, Lean Startup y Desing Thinking)

Sección: Fecha:/...../..... Duración: 60 minutos

Docente: Unidad: 1

Nombres y apellidos:

Instrucciones

En esta sesión, los estudiantes trabajarán en grupos para identificar y diferenciar los diferentes tipos de herramientas para el diseño de modelos de negocio.

I. Propósito

Al finalizar la sesión, el estudiante explica las principales herramientas para el diseño de modelos de negocio digitales, analizando su aplicación en diferentes contextos empresariales.

II. Descripción de la actividad por realizar

1. Los estudiantes se dividen en grupos y generan ideas de negocios digitales innovadoras y seleccionan las ideas más prometedoras.
2. Cada grupo utiliza el Business Model Canvas para estructurar su modelo de negocio y se enfocan en la creación de una propuesta de valor clara y convincente.
3. Los grupos aplican los principios del Lean Startup para validar sus hipótesis y prototipar sus soluciones.
4. Cada grupo presenta su modelo de negocio y su prototipo ante la clase.

Referencias

- Koontz, H., y Wehrich, H. (2004). *Administración: una perspectiva global y empresarial*. McGraw-Hill.
- Robbins, S. y Coulter, M. (2018). *Administración*. (13.ª ed.). Pearson Educación.
<https://cutt.ly/21OGIw>
- Kidder, D. (2013). *El manual de los startups: los fundadores de los 40 mejores startups mundiales revelan sus secretos* (Trad. M. Vidal). Seix Barral.
- Mejía, J. (2017). *Mercadotecnia digital: una descripción de las herramientas que apoyan la planeación estratégica de toda innovación de campaña web*. Grupo Editorial Patria.