



Programa de Introducción al Negocio del Software

1. NOMBRE DE LA UNIDAD CURRICULAR

Introducción al Negocio del Software

2. CRÉDITOS

6 créditos

3. OBJETIVOS DE LA UNIDAD CURRICULAR

Brindar una visión general de los diversos aspectos y temáticas que surgen al considerar al software como un negocio. Se busca con esto brindar herramientas que permitan al estudiante analizar y contextualizar modelos y prácticas de negocio en el marco de tendencias históricas y prácticas habituales en la industria de software, tanto a nivel global como local.

4. METODOLOGÍA DE ENSEÑANZA

Se realizarán exposiciones teóricas, lecturas de informes/artículos, discusión de casos, presentación de experiencias reales dentro de la industria de tecnologías de la información en Uruguay así como la realización de un trabajo final en grupos.

El trabajo final apuntará a que los estudiantes manejen los conceptos introducidos en el curso, aplicándolos a un Caso de Estudio, demostrando capacidad de análisis y síntesis de los contenidos estudiados. Los grupos serán conformados por entre 2 (dos) ó 4 (cuatro) estudiantes, dependiendo de la cantidad de inscriptos.

Se espera una dedicación 90 horas totales por parte de los estudiantes, distribuidas de la siguiente manera:

Horas de clase: 36hs

Horas de evaluación presencial: 16hs (10hs de seguimiento de grupos + 4hs de presentaciones + 2hs de evaluación escrita)

➔ Sub-total horas presenciales: 52hs

Horas de estudio: 24hs

Horas de realización trabajo práctico: 14hs

➔ Total de horas de dedicación del estudiante: 90hs

Tareas del estudiante:

- Asistencia a clases expositivas.
- Estudio de materiales y casos.
- Discusión en clase.
- Realización de trabajo práctico final.

5. TEMARIO

Principales temas a cubrir:

- Introducción al curso y a la temática
- Historia de las TICs
- Empresas de SW & sus Estrategias
- Marketing, Venta & Posventa
- Aspectos Legales
- Contextos
- Emprendimiento
- Finanzas
- Innovación
- Charlas/seminarios de Invitados

6. BIBLIOGRAFÍA

Tema	Básica	Complementaria
Introducción al curso y a la temática		
Historia de las TICs	(9)	
Empresas de SW & sus Estrategias	(1)	
Marketing, Venta & Posventa	(2) (4) (10)	
Aspectos Legales		
Contextos	(5) (6)	
Emprendimiento	(7) (8)	(11) (12) (13)
Finanzas		
Innovación	(3)	

6.1 Básica:

1. **“The Business of Software”**, Michael A. Cusumano, Free Press, 2004, ISBN: 978-0-7432-1580-0.
2. **“Crossing the Chasm”**, Geoffrey Moore, Collins Business, ISBN: 978-0-06-051712-0.
3. **“The Innovator’s Dilemma”**, Clayton M. Christensen, Harper Business, ISBN: 0-06-052199-6.
4. **“Don’t just roll the dice”**, Neil Davidson,
<http://neildavidson.com/download/dont-just-roll-the-dice/>
5. **“Planes Estratégicos de Promoción de TICs”**, informe de la consultoría de Marcel Mordezki & John Matthesen para UYXXI:
<http://www.uruguayxxi.gub.uy/wp-content/uploads/2012/07/Tecnolog%C3%ADa-de-la-Informaci3n-y-Comunicaciones.pdf>
6. **“Servicios de Tecnologías de la Información y la Comunicación”**, informe de UYXXI.

7. **“Zero to One: Notes on Startups or How to Build the Future”**, Peter Thiel, Blake Masters, ISBN:0-80-413929-6.
8. **“The Lean Startup”**, Eric Ries, Currency, ISBN: 0307887898.
9. **“From Airline Reservations to Sonic the Hedgehog: A History of the Software Industry”**, Martin Campbell-Kelly, MIT Press, ISBN: 0-262-03303-8.
10. **“Total Selling: A Step-By-Step Guide to Successful Sales”**, Warren Wechsler, Sourcebooks, ISBN: 1402202946.

6.2 Complementaria:

11. **“The Hard Thing About Hard Things”**, Ben Horowitz, Harper Business, ISBN: 0062273205.
12. **“Accidental Empires”**, Robert X Cringely, Harper Business, ISBN: 0887308554.
13. **“The Myth of Innovation”**, Scott Berkun, O’Reilly, ISBN: 1449389627.

7. CONOCIMIENTOS PREVIOS EXIGIDOS Y RECOMENDADOS

7.1 Conocimientos Previos Exigidos:

Conocimientos generales sobre Ingeniería de Software.

7.2 Conocimientos Previos Recomendados:

Conceptos básicos de metodologías de desarrollo de software, roles típicos en una empresa de software, la industria de software a nivel nacional y los tipos de empresas que la componen, así como las problemáticas diarias que las empresas de software enfrentan.

ANEXO A

A1) INSTITUTO

Instituto de Computación

A2) CRONOGRAMA TENTATIVO

Semana 1	Introducción al Curso (1hs) & Historia de las TICs (3hs)
Semana 2	Empresas de SW y sus Estrategias (4hs)
Semana 3	Marketing (2hs de clase) & Venta (2hs)
Semana 4	Venta (4hs)
Semana 5	Posventa (2hs) & Aspectos Legales (2hs)
Semana 6	Emprendedurismo (4hs)
Semana 7	Contextos (2hs) & Finanzas (2hs)
Semana 8	Innovación (2hs) & Seguimiento a Grupos (2hs)
Semana 9	Finanzas (2hs) & Seguimiento a Grupos (2hs)
Semana 10	Invitados (4hs de clase)
Semana 11	Seguimiento a Grupos (4hs)
Semana 12	Seguimiento a Grupos (2hs) & Presentación de Trabajos Prácticos (2hs)
Semana 13	Presentación de Trabajos Prácticos (2hs) & Evaluación (2hs)

A3) MODALIDAD DEL CURSO Y PROCEDIMIENTO DE EVALUACIÓN

Como fuera explicado anteriormente, el curso consta de exposiciones teóricas, lecturas de informes/artículos, discusión de casos, presentación de experiencias reales incluyendo invitados de la industria de TI de nuestro país.

Procedimiento de evaluación:

- Asistencia a clase (10%)
- Participación activa en actividades de discusión (20%)
- Realización de Trabajo Práctico Grupal (50%)
- Realización de Cuestionario Individual (20%)

Para la aprobación final del curso se requiere un mínimo de 60% de los puntos en cada parte y un mínimo de 60% en el total.

A4) CALIDAD DE LIBRE

Esta unidad curricular no adhiere a la calidad de libre.

A5) CUPOS DE LA UNIDAD CURRICULAR

Cupo mínimo: 10 estudiantes

Cupo máximo: 40 estudiantes

ANEXO B para la carrera de Ingeniería en Computación (plan 97) y Licenciatura en Computación

B1) ÁREA DE FORMACIÓN

Gestión en Organizaciones.

B2) UNIDADES CURRICULARES PREVIAS

Para el Curso: curso de Introducción a la Ingeniería de Software.

Para el Examen: no aplica.