



## MODELO DE SÍLABO

### FACULTAD DE INGENIERÍA ESCUELA PROFESIONAL DE INGENIERÍA INDUSTRIAL

#### Sílabo plan de estudios 2015-II

#### I. DATOS ADMINISTRATIVOS

- |                       |  |
|-----------------------|--|
| 1. Asignatura         | : INGENIERÍA EN LA INNOVACIÓN - EMPRENDIMIENTO                                     |
| 2. Código             | : INEL05   |
| 3. Naturaleza         | : Teórico  |
| 4. Condición          | : Electivo   |
| 5. Requisitos         | : Desde 160 créditos aprobados   |
| 6. Nro. Créditos      | : 2  |
| 7. Nro. de horas      | : 2 (Teoría)   |
| 8. Semestre Académico | :  |
| 9. Docente            | : Mg. Ing. Patrick Horacio Villanueva Bartra                                       |
| Correo Institucional  | : <a href="mailto:patrick.villanueva@urp.edu.pe">patrick.villanueva@urp.edu.pe</a> |

#### II. SUMILLA

##### Propósitos generales:

Desarrollar competencias emprendedoras. Adquirir técnicas para identificar y evaluar ideas de negocios. Identificar ideas de negocio con mayor potencial de éxito

##### Síntesis del contenido:

Los jóvenes emprendedores exitosos, desarrollo de habilidades emprendedoras. Los emprendedores emprenden negocios, generando sus propias ideas de negocio. Métodos para generar ideas de negocio, análisis y selección de la mejor idea de negocio, análisis FODA. Presentando una idea de negocio. Marketing y ventas gestión de recursos humanos; organizando tu negocio; personas que integran tu negocio; estructura organizativa; motivación y liderazgo; competencia y colaboración; reuniones efectivas; manejo de las emociones; diseño de producto y de calidad. Los costos y presupuestos en un negocio. Costeando tus productos y servicios; fuentes de capital inicial; condiciones del préstamo; contabilidad básica. Finanzas básicas. Aspectos legales, formas de constitución del negocio persona natural; formas de constitución del negocio persona jurídica; tipos de contribuyentes.

#### III. COMPETENCIAS GENÉRICAS A LAS QUE CONTRIBUYE LA ASIGNATURA

- Pensamiento crítico y creativo
- Resolución de problemas
- Comunicación efectiva

#### IV. COMPETENCIAS ESPECÍFICAS A LAS QUE CONTRIBUYE LA ASIGNATURA

- Solución de problemas de ingeniería
- Gestión de proyectos
- Trabajo en equipo
- Aprendizaje para toda la vida

#### V. DESARROLLA EL COMPONENTE DE: INVESTIGACIÓN (x) RESPONSABILIDAD SOCIAL (x)

#### VI. LOGROS DE LA ASIGNATURA

Al finalizar el curso, el estudiante:



- Sustenta una evidencia de consumo, un árbol de problemas y un modelo de negocio para la solución de un problema o la satisfacción de una necesidad del potencial cliente.
- Presenta el resultado de su estudio y análisis de mercado y el diseño de estrategias de mercadeo.
- Sustenta el diseño de su producto o servicio y de sus procesos, el diseño de planta y organización propuesto para su emprendimiento.
- Sustenta la inversión y costos para implementar su emprendimiento, así como el análisis económico-financiero.

## VII. PROGRAMACIÓN DE CONTENIDOS

<b>UNIDAD I: FUNDAMENTOS DE NUEVAS INICIATIVAS EMPRESARIALES</b>	
<b>LOGRO DE APRENDIZAJE:</b> Al finalizar la unidad, el estudiante sustenta una evidencia de consumo, un árbol de problemas y un modelo de negocio para la solución de un problema o la satisfacción de una necesidad del potencial cliente.	
<b>Semana</b>	<b>Contenido</b>
<b>1</b>	Presentación del Curso. Factores Críticos de Fracaso y Éxito en los Nuevos Emprendimientos.
<b>2</b>	Conceptos de Innovación. Conceptos de Creatividad. Principios del Design Thinking, SCRUM y OKR.
<b>3</b>	Identificación y Selección de Ideas de Negocios.
<b>4</b>	Definición del Negocio.

<b>UNIDAD II: MARKETING ESTRATÉGICO Y OPERATIVO</b>	
<b>LOGRO DE APRENDIZAJE:</b> Al finalizar la unidad, el estudiante presenta el resultado de su estudio y análisis de mercado y el diseño de estrategias de mercadeo a implementar en su negocio.	
<b>Semana</b>	<b>Contenido</b>
<b>5-6</b>	Investigación de Mercado.
<b>7</b>	Análisis de Mercado.
<b>8</b>	Examen Parcial. Monitoreo y Retroalimentación.
<b>9</b>	Identidad Corporativa.
<b>10-11</b>	Estrategias de Mercadeo.

<b>UNIDAD III: OPERACIONES Y ORGANIZACIÓN</b>	
<b>LOGRO DE APRENDIZAJE:</b> Al finalizar la unidad, el estudiante sustenta el diseño de su producto o servicio y de sus procesos, el diseño de planta y organización propuesto para su emprendimiento.	
<b>Semana</b>	<b>Contenido</b>
<b>12-13</b>	Diseño de Producto/Servicio.
<b>14</b>	Diseño de Procesos. Diseño de Planta y Organización de la Empresa.

<b>UNIDAD IV: COSTOS Y PRESUPUESTOS</b>	
<b>LOGRO DE APRENDIZAJE:</b> Al finalizar la unidad, el estudiante sustenta la inversión y costos para implementar su emprendimiento, así como el análisis económico-financiero.	
<b>Semana</b>	<b>Contenido</b>
<b>15</b>	Inversión, Costos y Análisis Económico - Financiero.
<b>16</b>	Examen Final. Monitoreo y retroalimentación.
<b>17</b>	Evaluación Sustitutoria

## VIII. ESTRATEGIAS DIDÁCTICAS

Disertación, Aprendizaje Basado en Proyectos, Problemas, Juegos; Aprendizaje Colaborativo, Aprendizaje Basado en Investigación, Estudio de Casos, Talleres, etc.



Se podrán desarrollar actividades sincrónicas (que los estudiantes realizarán al mismo tiempo con el docente) y asincrónicas (que los estudiantes realizarán independientemente fortaleciendo su aprendizaje autónomo). La planificación y ejecución de las sesiones de aprendizaje deberán considerar actividades que se organizarán de la siguiente manera:

**Exploración:** preguntas de reflexión vinculada con el contexto, otros.

**Problematización:** conflicto cognitivo de la unidad, otros.

**Motivación:** bienvenida y presentación del curso, otros.

**Presentación:** PPT, otros.

**Práctica:** resolución individual de un problema, resolución colectiva de un problema, otros.

**Evaluación de la unidad:** presentación del resultado o producto.

**Extensión / Transferencia:** presentación de la resolución individual de un problema.

## IX. EVALUACIÓN

Las evaluaciones se realizarán a lo largo del semestre con el propósito de determinar en qué medida el estudiante va logrando las competencias de la asignatura.

Las actividades de enseñanza se complementarán con actividades de evaluación continua (AEC) tales como: laboratorios, talleres, proyectos, trabajos, simulaciones, exposiciones, controles de lectura, casos, participaciones en las sesiones de clases, entre otras, para las cuales se podrán seleccionar los instrumentos que el docente estime conveniente, además cuando menos de una rúbrica como recurso educativo.

Los exámenes parcial y final se realizarán en las semanas 8 y 16.

El promedio final de la asignatura se obtendrá de la manera siguiente:

Taller Calificado	: TC	$TC = \frac{TC1 + TC2 + TC3 + TC4}{4}$
Sustentación Proyecto	: Py	
Examen Final	: EF	
Examen Parcial	: EP	$PF = \frac{EP + EF + TC + PY}{4}$
Examen Sustitutorio (**)	: ES	
Promedio Final	: PF	

(\*\*) El Examen Sustitutorio reemplaza la nota más baja de los exámenes y se realizará en la semana 17.

## IX. REFERENCIAS

### Bibliografía básica

- Dirección Nacional de la Micro y Pequeña Empresa y Cooperativas. (2008). Guía ¿Cómo Elaborar Mi Plan de Negocio? Lima.
- Dirección Nacional de la Micro y Pequeña Empresa y Cooperativas. (2008). Experiencias de empresarios de la MYPE. Lima.
- Trías de Bes, F. (2007). El Libro Negro del Emprendedor. España, Empresa Activa.

### Bibliografía complementaria

- Steve, B. (2013). The Four Steps To The Epiphany: Successful Strategies for Products that Win (2nd Edition).

### Bibliografía virtual

- Emprendimiento y Plan de Negocio  
Autor: Moreno Castro, Tercila Fernanda, ISBN: 9781512932034, Editorial: RIL editores.  
<https://elibro.net/es/ereader/bibliourp/67489?page=1>
- Invitación al emprendimiento: una aproximación a la creación de empresas  
Autor: David Urbano, ISBN: 9788490295526, Editorial: Editorial UOC.  
<https://elibro.net/es/ereader/bibliourp/56526?page=1>