



UNIVERSIDAD RICARDO PALMA
Facultad de Psicología

MODELO DE SÍLABO ADAPTADO PARA EL PERIODO DE ADECUACIÓN A LA EDUCACIÓN NO PRESENCIAL

Proyecto Empresarial en Psicología
Sílabo

1. Datos administrativos

Tipo de curso	Obligatorio
Código	PS-801
Semestre	2021-II
Créditos	3
N. de horas semanales:	Teoría: 2
	Práctica: 2
Requisito:	PS-704 Psicología laboral-organizacional
Profesor:	Mg. Carlos Reyes
Área curricular	Laboral-organizacional
Correo electrónico	creyes@urp.edu.pe

2. Sumilla

Curso teórico-práctico que plantea las consideraciones teóricas para la generación y gestión de proyectos empresariales desarrollando en los participantes una visión proactiva a las necesidades y cambios sociales. Se elaboran y proponen proyectos de gestión de empresas de servicio con componentes psicológicos aplicados a los distintos campos profesionales.

3. Competencias genéricas a las que contribuye la asignatura

- a. Pensamiento crítico y creativo
- b. Autoaprendizaje
- c. Resolución de problemas
- d. Comunicación efectiva
- e. Liderazgo compartido

4. Competencias específicas a las que contribuye la asignatura

Evalúa	Evalúa la condición, estado actual y cambio de una situación o problema determinado en personas, grupos o instituciones por medio de técnicas e instrumentos psicológicos que lleven a la recopilación y análisis de la información, a fin de integrarla para orientar la toma de decisiones objetivas y pertinentes para el logro de los fines propuestos, con criterios de equidad, honestidad y transparencia.
--------	---

5. Desarrolla el componente de:

Responsabilidad social (x)

6. Logro de la asignatura

Al finalizar el semestre el estudiante elabora un proyecto empresarial de servicios psicológicos, en el área de su interés profesional, sustentándolo en el contexto socioeconómico y en los modelos administrativos de la planificación estratégica y del modelo de negocios Canvas, considerando los componentes como análisis del entorno, estudio de mercado, plan de marketing, plan de gestión de personas, plan de operaciones, plan económico financiero y aspectos legales.

7. Programación de los contenidos**Unidad I: Creación de empresas y gestión empresarial**

Logro de aprendizaje: Al finalizar esta unidad el estudiante comprende y diseña un plan de creación de empresa, utilizando las técnicas de análisis y diagnósticos respectivos, considerando los componentes críticos y requisitos legales de la misma.

Semanas	Temas
1	Entrega y explicación del silabo. Conceptos básicos: Empresa y emprendedor. Perfil del emprendedor. Empresas de servicios psicológicos.
2	Proyecto empresarial: Modelo del Lienzo o Canvas. Modelo de la Planificación estratégica. Propuesta empresarial. Marco conceptual del proyecto: Fundamentos del servicio psicológico.
3	Experiencias empresariales peruanas: Experiencias peruanas en marketing
4	Monitoreo y Retroalimentación. Evaluación del Logro

Lecturas selectas

- Emprende Empresa 1: Así comenzaron los empresarios de éxito. Ministerio de Trabajo y Promoción del Empleo (2004).
- Emprende Empresa 2: Aprendiendo de los más exitosos. Ministerio de Trabajo y Promoción del Empleo (2007).
- Emprende Empresa 3: historia de los empresarios ganadores del Premio Presidencia 2008.
- Análisis estratégico de 10 casos MYPE: Donde los recursos humanos valen más que el capital... como siempre.
- Perfil del emprendedor, en Centros Europeos de Empresas Innovadoras.

UNIDAD II: Diseño y análisis de un proyecto empresarial

Logro de aprendizaje: Al finalizar esta unidad el estudiante comprende y elabora los factores críticos del entorno empresarial y elabora el plan de marketing del proyecto.

Semana	Contenido
5	Análisis Situacional: PESTEL / PORTER / FODA. Misión, visión, valores, objetivos estratégicos.
6	Planeamiento Estratégico: Objetivos estratégicos. Investigación Mercado: Análisis y conclusiones.
7	Plan de Marketing, Objetivos estratégicos
8	Entrega del avance del proyecto. Monitoreo y Retroalimentación. Evaluación del Logro

Unidad III: Desarrollo de los componentes del proyecto empresarial

Logros de aprendizaje: Al finalizar esta unidad el estudiante comprende y elabora los planes de acción del proyecto referidos a operaciones, gestión de personas y organización legal.

Semanas	Tema
9	Plan de operaciones y diagrama de flujo del servicio.
10	Plan de gestión de personas.
11	Plan de organización legal. Tipos de empresas.
12	Monitoreo y Retroalimentación. Evaluación del Logro

Unidad IV: Desarrollo de los componentes del proyecto empresarial

Logros de aprendizaje: Al finalizar esta unidad el estudiante comprende y elabora los planes de acción del proyecto referidos a recursos, estrategias publicitarias y aspectos económico financieros.

Semanas	Tema
13	Provisión de recursos: Materiales, financieros, humanos, oferta y mercado laboral.
14	Estrategias publicitarias y evaluación publicitaria
15	Plan económico-financiero: Plan de inversiones y presupuesto proyectado del ejercicio anual de funcionamiento.
16	Presentación final del proyecto empresarial. Monitoreo y Retroalimentación. Evaluación del Logro

Lecturas selectas:

- a) Guía de Constitución y Formalización de Empresas. Ministerio de Trabajo y Promoción del Empleo (2007). Ministerio de Trabajo y Promoción del Empleo (2006).
- b) Una mype con calidad. Guía para entender y evaluar un sistema de gestión de la calidad. María Imilce Zuta Chong y Ana María Wiese.

8. Estrategias didácticas**a. Técnicas didácticas utilizadas:**

Se utilizarán las técnicas didácticas siguientes: Exposición-dialogo, Trabajo grupal, Análisis de casos, Ejemplificación, Debate y Proyectos

- b. **Equipos y materiales:** Equipos de cómputo multimedia, lecturas especializadas y presentaciones ppt.

9. Momentos de la sesión de aprendizaje virtual

La modalidad no presencial desarrollará actividades sincrónicas (que los estudiantes realizarán al mismo tiempo con el docente) y asincrónicas (que los estudiantes realizarán independientemente fortaleciendo su aprendizaje autónomo. La metodología del aula invertida organizará las actividades de la siguiente manera:

Antes de la sesión

Exploración: preguntas de reflexión vinculada a la sesión (saberes previos)
Problematización: conflicto cognitivo de la unidad (lectura, vídeos, ppt, infogramas, etc.).

Durante la sesión

Motivación: bienvenida y presentación de la sesión correspondiente.
Presentación: ppt en forma colaborativa.
Práctica: resolución colectiva de proyecto (presentación de avance)

Después de la sesión

Evaluación de la unidad: Avance de proyecto siguiente clase
Extensión / Transferencia: Preparación de entrega de avance solicitado.

10. Evaluación

El calificativo final del curso se obtiene de lo siguiente:

Condiciones	Criterios de evaluación	Procedimientos de evaluación
Las evaluaciones son continuas. No hay parcial, final o sustitutorio.	a) Consigna cada una de las componentes del plan de negocio b) Consigna cada uno de los sub partes de los componentes del negocio c) Coherencia y sentido lógico de los contenidos desarrollados	Lista de chequeo
El calificativo de práctica, es parte de la evaluación continua, y, comprende la presentación y sustentación de los planes de creación de empresas y plan estratégico del negocio que semana a semana el grupo responsable tiene que sustentar con avances. El estudiante obtiene las calificaciones parciales de práctica previa exposición semanal para sustentar y desarrollar los temas.	a) Claridad expositiva b) Sustento de cada uno de los componentes del plan c) Respuesta a las preguntas con dominio del tema	Lista de chequeo
Requisito indispensable para la validez de los calificativos es la asistencia a clases teóricas y prácticas en un 80%.	Asistencia a las clases	Registro de asistencia virtual e impreso

Por la naturaleza de la asignatura que fundamentalmente consiste en la presentación de un producto que se elabora a lo largo del semestre, **no se considera un examen sustitutorio.**

Calificación:

Para la evaluación de teoría: De acuerdo a la Directiva N° 001-2020-R-Pandemia del Rectorado de la Universidad en relación a la evaluación a los alumnos para el presente semestre, la evaluación será continua.

Formula de Calificación:

Promedio Final= Práctica+(PRT1+PRT2+PRT3+PRT4+PRT5)/5)

11. Bibliografía general

Bibliografía Básica

- Longenecker, J.; Moore, C.; Petty, J. & Palic; L. (2010). Administración de pequeñas empresas. Lanzamiento y crecimiento de iniciativas emprendedoras (14a. ed.). México: Cengage Learning Editores, S.A.
- Mayorga, D. (Editor) (2012). Casos ganadores de los premios EFFIE Perú 2011. Lima: Universidad del Pacífico *
- Osterwalder, A y Pigneur, Y. (2012). Generación de modelos de negocio (sexta edición). Barcelona: Deusto *

* El docente publicará los textos digitales en el aula virtual

Bibliografía Complementaria

- Barrientos, P. ; Cavani, C. (2004). Marketing en organizaciones de servicios de la salud. Lima: Editorial Universitaria de la URP.
- Córdova, D. (2010). Los nuevos héroes peruanos. Lima: Planeta.
- Córdova, D. (2011). Los nuevos héroes peruanos 2. Lima: Planeta
- Jaramillo, Leonor (2008) Emprendimiento: Concepto básico en competencias [En línea]. Instituto de Estudios en Educación, Edición 7. Consultado el 16 de enero del 2010, en <http://www.uninorte.edu.co/divisiones/iese/lumen/ediciones/7/articulos/emprendimiento.pdf>
- Luque, J. (2010). Gastón Acurio: La marca del movimiento gastronómico peruano. Lima: El Comercio.
- Marquina, P. (2010). Bombos: Un icono del sabor peruano y de la estrategia empresarial. Lima. El Comercio
- Mayorga, D. (Editor) (2012). Casos ganadores de los premios EFFIE Perú 2011. Lima: Universidad del Pacífico.
- Mayorga, D. (Editor) (2013). Casos ganadores de los premios EFFIE Perú 2012. Lima: Universidad del Pacífico.
- Ministerio de Trabajo y Promoción del Empleo (2004). Emprende Empresa: Así comenzaron los empresarios de éxito. Lima.
- Ministerio de Trabajo y Promoción del Empleo (2007). Guía de Constitución y Formalización de Empresas Lima.
- Ministerio de la Producción (2008). Emprende empresa 3: Historia de los empresarios ganadores del Premio Presidencia 2008. Lima.
- Ministerio de Trabajo y Promoción del Empleo (2007). Emprende Empresa 2: Aprendiendo de los más exitosos. Lima.
- Pipoli, G. (2017). Casos ganadores de los premios EFFIE Perú 2013-2014. Lima: Universidad del Pacífico.
- Pipoli, G. (2018). Casos ganadores de los premios EFFIE Perú 2015-2016. Lima: Universidad del Pacífico.
- Proinversión (2006). Análisis estratégico de 10 casos MYPE. Consultado el 25 de abril de 2009 en http://www.proinversion.gob.pe/RepositorioAPS/0/0/jer/PUBLICACIONES/documentos/10_Casos de Exito.pdf
- Rodríguez Ramírez, Alfonso (2009) Nuevas perspectivas para entender el emprendimiento empresarial. [En línea]. Pensamiento y gestión, N° 26, Consultado 15 de enero del 2010 en http://ciruelo.uninorte.edu.co/pdf/pensamiento_gestion/26/4_Nuevas%20perspectivas%20para%20entender%20el%20emprendimiento%20empresarial.pdf
- Saaavedra, M.; Palacios, M. (2009). Los secretos del marketing en el Perú. Lima: Impresos Sistemas.
- Zuta, M. & Wiese, A.M. (2009). Una mype con calidad. guía para entender y evaluar un sistema de gestión de la calidad. USAID. Nathan Associates Inc, 2009. Consultado el 2 de julio del 2011 en http://www.crecemype.pe/portal/images/stories/files/MYPE_CALIDAD.pdf

Modelo de Planificación Estratégica	Modelo Canvas
<p>1. Información general</p> <p>1.1 Datos de la empresa</p> <p>a) Nombre comercial</p> <p>b) Accionistas y Equipo</p> <p>1.2 Actividad económica y descripción del servicio.</p> <p>1.3 Oportunidad de Negocio</p> <p>a) Por el lado de la oferta</p> <p>b) Por el lado de la demanda</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Clientes (segmento del mercado) • Propuesta de valor • Relación con los clientes
<p>2. Análisis del Macro entorno (análisis PEST):</p> <p>2.1 Capital, ciudades importantes (Número de habitantes, 2021)</p> <p>2.2 Entorno político-legal (Leyes o reglamentos vinculados al proyecto)</p> <p>2.3 Entorno Económico (2021):</p> <p>a) Ingreso per cápita.</p> <p>b) Población económicamente activa.</p> <p>c) Balanza comercial: importaciones y exportaciones.</p> <p>d) Producto: Importaciones y Exportaciones.</p> <p>e) PBI,</p> <p>f) Tasa de inflación,</p> <p>g) Tasa de interés,</p> <p>h) Tipo de cambio,</p> <p>i) Riesgo país.</p> <p>2.4 Entorno Socio-cultural</p> <p>2.5 Entorno Tecnológico</p> <p>2.6 Entorno Ecológico</p>	
<p>3. Micro Entorno: Cinco fuerzas de Porter:</p> <p>a) Competidores actuales: nivel de competitividad</p> <p>b) Fuerza negociadora de los clientes</p> <p>c) Fuerza negociadora de los proveedores</p> <p>d) Amenaza de productos sustitutos</p> <p>e) Competidores potenciales</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Sociedades clave
<p>4. Análisis FODA</p>	
<p>5. Visión, misión y objetivos estratégicos de la empresa</p>	
<p>6. Investigación de mercado</p> <p>6.1 Criterios de segmentación. Marco muestral.</p> <p>6.2 Tipos de Investigación (indicar según sea el caso:a,b o c)</p> <p>a. exploratoria: focus group y entrevistas a profundidad</p> <p>b. Cuantitativa-Descriptiva: método de encuestas: muestra, tamaño y cuotas</p> <p>c. Formato del cuestionario.</p> <p>6.3 Análisis de los resultados de las encuestas.</p>	

<p>7. Plan de Marketing</p> <p>a) Servicio (Producto): (Servicio psicológico: a1) Bases científico-profesionales sobre el tipo de servicio a2) Formas de evaluación psicológica para el tipo de servicio a3) Formas de intervención psicológica para el tipo de servicio)</p> <p>b) Precio b1) Precios de la competencia. b2) Definición del precio según el benchmark realizado. b3) Costos del servicio. b4) Precio del servicio para el proyecto y margen de utilidad.</p> <p>c) Plaza Indicar el lugar y acceso de los clientes al servicio.</p> <p>d) Promoción: formas de promoción y publicidad seleccionadas para el servicio.</p> <p>e) Estrategia y técnicas de marketing para el negocio</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Propuesta de valor (servicio) • Canales (Plaza) • Relación con los clientes • Flujo de ingresos (precio) • Estructura de costos (precio y promoción) • Sociedades clave
<p>8. Plan de operaciones</p> <p>8.1 Procesos a) Diagrama de Flujo de Proceso del servicio. Descripción. b) Relación de materias primas e insumos a utilizar por servicio. c) Requerimiento de mano de obra</p> <p>8.2 Tecnología para el proceso a) Equipos b) Herramientas y/o instrumentos psicológicos</p> <p>8.3 Terrenos e Inmuebles. a) Descripción del Centro de Operaciones</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Recursos clave • Actividades clave
<p>9. Plan Organizacional y gestión de personas</p> <p>a) Organigrama Funcional b) Puestos de Trabajo: Tareas, Funciones y Responsabilidades, competencias y requerimientos c) Aspectos Laborales: Forma de Contratación, Régimen Laboral, Remuneración, Horario de Trabajo, Beneficios Sociales</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Recursos clave
<p>10. Plan de Financiamiento</p> <p>10.1 Inversiones a) Estructura de inversiones (cuadro excel de inversiones)</p> <p>10.2 Financiamiento: Fuentes de financiamiento: Cronogramas.</p> <p>10.3 Estudio de Ingresos y Costos (cuadro Excel)</p> <p>10.3.1 Ingresos anuales 10.3.2 Costos y gastos anuales 10.3.3 Análisis del punto de equilibrio (cuantos servicios exactamente necesito vender para cubrir mis costos y gastos, es decir, ingresos menos egresos igual a cero).</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Flujo de ingresos • Estructura de costos
<p>11. Estudio Legal Forma Societaria (sustentar el tipo de organización legal que van a elegir de entre estas formas: sociedad anónima abierta (SAA), sociedad anónima cerrada (SAC), Empresa individual de responsabilidad limitada (EIRL), Sociedad de Responsabilidad Limitada (S.R.L)</p>	

CRITERIOS DE EVALUACIÓN AVANCE DE PROYECTO

Forma: caratula, nombre del proyecto, nombres integrantes, índice, paginas numeradas, formato A4		
Integrantes:		
Proyecto de empresa de servicios psicológicos	Puntaje total	Puntaje obtenido
1. Información general 1.1 Datos de la empresa <ul style="list-style-type: none"> • Nombre comercial • Accionistas y Equipo 1.2 Actividad económica y descripción del servicio. 1.3 Oportunidad de Negocio <ul style="list-style-type: none"> • Por el lado de la oferta • Por el lado de la demanda 	2	
2. Análisis del Macro entorno (análisis PEST): 2.1 Capital, ciudades importantes (Número de habitantes, 2021) 2.2 Entorno político-legal (Leyes o reglamentos vinculados al proyecto) 2.3 Entorno Económico (2021): <ul style="list-style-type: none"> • Ingreso per cápita. • Población económicamente activa. • Balanza comercial: importaciones y exportaciones. • Producto: Importaciones y Exportaciones. • PBI, • Tasa de inflación, • Tasa de interés, • Tipo de cambio, • Riesgo país. 2.4 Entorno Socio-cultural 2.5 Entorno Tecnológico 2.6 Entorno Ecológico	6	
3. Micro Entorno: Cinco fuerzas de Porter: 3.1 Competidores actuales: nivel de competitividad 3.2 Fuerza negociadora de los clientes 3.3 Fuerza negociadora de los proveedores 3.4 Amenaza de productos sustitutos 3.5 Competidores potenciales	5	
4. Análisis FODA	3	
5. Visión, misión y objetivos estratégicos de la empresa	1	
6. Investigación de mercado 6.1 Criterios de segmentación. Marco muestral. 6.2 Tipos de Investigación (indicar según sea el caso) <ol style="list-style-type: none"> a. exploratoria: grupo focal y entrevistas a profundidad b. Cuantitativa-Descriptiva: método de encuestas: muestra, tamaño y cuotas c. Formato del cuestionario. 6.3 Análisis de los resultados de las encuestas	3	
Total	20	

CRITERIOS DE EVALUACIÓN DE TODO EL PROYECTO

Forma: caratula, nombre del proyecto, nombres integrantes, índice, paginas numeradas, formato A4		
Integrantes:		
Proyecto de empresa de servicios psicológicos	Puntaje total	Puntaje obtenido
1. Información general 1.1 Datos de la empresa <ul style="list-style-type: none"> • Nombre comercial • Accionistas y Equipo 1.2 Actividad económica y descripción del servicio. 1.3 Oportunidad de Negocio <ul style="list-style-type: none"> • Por el lado de la oferta • Por el lado de la demanda 	0.5	
3. Análisis del Macro entorno (análisis PEST): 3.1 Capital, ciudades importantes (Número de habitantes, 2021) 3.2 Entorno político-legal (Leyes o reglamentos vinculados al proyecto) 3.3 Entorno Económico (2021) <ul style="list-style-type: none"> • Ingreso per cápita. • Población económicamente activa. • Balanza comercial: importaciones y exportaciones. • Producto: Importaciones y Exportaciones. • PBI, • Tasa de inflación, • Tasa de interés, • Tipo de cambio, • Riesgo país. 3.4 Entorno Socio-cultural 3.5 Entorno Tecnológico 3.6 Entorno Ecológico	3.0	
3. Micro Entorno: Cinco fuerzas de Porter: 3.1 Competidores actuales: nivel de competitividad 3.2 Fuerza negociadora de los clientes 3.3 Fuerza negociadora de los proveedores 3.4 Amenaza de productos sustitutos 3.5 Competidores potenciales	1.0	
4. Análisis FODA	1.0	
5. Visión, misión y objetivos estratégicos de la empresa	0.5	
6. Investigación de mercado 6.1 Criterios de segmentación. Marco muestral. 6.2 Tipos de Investigación (indicar según sea el caso) <ol style="list-style-type: none"> a. exploratoria: grupo focal y entrevistas a profundidad b. Cuantitativa-Descriptiva: método de encuestas: muestra, tamaño y cuotas c. Formato del cuestionario. 6.3 Análisis de los resultados de las encuestas.	1.0	

<p>7. Plan de Marketing</p> <p>7.1 Servicio (Producto): (Servicio psicológico: a1) Bases científico-profesionales sobre el tipo de servicio a2) Formas de evaluación psicológica para el tipo de servicio a3) Formas de intervención psicológica para el tipo de servicio)</p> <p>7.2 Precio b1) Precios de la competencia. b2) Definición del precio según el benchmarking realizado. b3) Costos unitarios del servicio. b4) Precio del servicio para el proyecto y margen de utilidad.</p> <p>7.3 Plaza Indicar el lugar y acceso de los clientes al servicio.</p> <p>7.4 Promoción: formas de promoción y publicidad seleccionadas para el servicio.</p> <p>7.5 Estrategia y técnicas de marketing para el negocio</p>	4	
<p>8. Plan de operaciones</p> <p>8.1 Procesos</p> <ul style="list-style-type: none"> • Diagrama de Flujo de Proceso del servicio. Descripción. • Requerimiento de mano de obra • Relación de materias primas e insumos a utilizar por servicio. <p>8.2 Tecnología para el proceso</p> <ul style="list-style-type: none"> • Herramientas y/o instrumentos psicológicos • Equipos <p>8.3 Terrenos e Inmuebles: Descripción del Centro de Operaciones</p>	2	
<p>9. Plan Organizacional y gestión de personas</p> <p>9.1 Puestos de Trabajo: Tareas, Funciones y Responsabilidades, competencias y requerimientos</p> <p>9.2 Organigrama Funcional</p> <p>9.3 Aspectos Laborales: Forma de Contratación, Régimen Laboral, Remuneración, Horario de Trabajo, Beneficios Sociales</p>	3	
<p>10. Plan de Financiamiento</p> <p>10.1 Inversiones</p> <ul style="list-style-type: none"> • Estructura de inversiones (cuadro excel de inversiones) • Financiamiento: Fuentes de financiamiento. <p>10.2 Estudio de Ingresos y Costos (cuadro Excel)</p> <ul style="list-style-type: none"> • Ingresos anuales • Costos y gastos anuales <p>10.3 Análisis del punto de equilibrio (cuantos servicios exactamente necesito vender para cubrir mis costos y gastos, es decir, ingresos menos egresos igual a cero).</p>	2	
<p>11. Estudio Legal</p> <p>Forma Societaria (sustentar el tipo de organización legal que van a elegir de entre estas formas: sociedad anónima abierta (SAA), sociedad anónima cerrada (SAC), Empresa individual de responsabilidad limitada (EIRL), Sociedad de Responsabilidad Limitada (S.R.L)).</p>	1	
<p>BIBLIOGRAFIA</p>	1	
	20	