



SILABO

EMPRENDIMIENTO DE NUEVOS NEGOCIOS

I. DATOS INFORMATIVOS.

1.1. Código	:	061738
1.2. Ciclo	:	VII
1.3. Créditos	:	3
1.4. Área curricular	:	Formación Profesional
1.5. Condición	:	Obligatorio
1.6. Semestre Académico	:	2018 - I
1.7. Duración	:	16 semanas: 64 horas
1.8. Horas semanales	:	4 HT: 2 HP: 2
1.9. Requisitos	:	Administración de la calidad
1.11 Facultad	:	Ciencias Administrativas
1.11. Escuela Profesional	:	Administración
1.12. Profesores	:	Comisión Académica
1.13. Texto Básico	:	Weinberger, K. (2009). Plan de negocios. USAID/Perú/Mype competitiva

II. SUMILLA.

La asignatura pertenece al área curricular de formación profesional, es de naturaleza teórica y práctica, tiene por propósito brindar herramientas para formular de propuestas empresariales novedosas, su contenido temático inicia explicando las características del emprendedor, luego explica las tendencias actuales de los demandantes y ofertantes y culmina analizando los nuevos negocios de la actualidad.

Organiza sus contenidos en las siguientes unidades de aprendizaje: I. El emprendimiento. II. Idea de negocios: formalización y planeamiento. III. Estudio de mercado: idea de negocios. IV. Estudio técnico y económico: idea de negocios.

III. COMPETENCIA DE ASIGNATURA.

Crea y gestiona empresas y negocios nacionales e internacionales con una visión estratégica del comercio, las finanzas, la logística, las personas, los idiomas y los sistemas gerenciales para contribuir al desarrollo del país con eficiencia, eficacia, calidad, creatividad y liderazgo global.

IV. CAPACIDADES.

-) Reconoce fundamentos de emprendimiento y habilidades del emprendedor mediante la exposición de casos locales e internacionales de éxito.
-) Identifica y define ideas de negocio mediante técnicas de generación de nuevos modelos de negocios, tomando pautas para constituir, formalizar y plantear un negocio.
-) Evalúa y analiza el tipo y sector del negocio mediante técnicas usadas en el estudio de mercado para hacer viable su proyecto de vida.
-) Aplica y diseña estudios técnicos y económicos del negocio, así como los aspectos de organización y operaciones finales.

V. PROGRAMACIÓN DE CONTENIDOS

UNIDAD I: EL EMPRENDIMIENTO				
CAPACIDAD: Reconoce fundamentos de emprendimiento y habilidades del emprendedor mediante la exposición de casos locales e internacionales de éxito.				
Semana	Actitudes		Estrategias de Aprendizaje	Horas
	Contenidos Conceptuales			
1	El Cambio; Productividad y Competitividad en la Globalización y Mundialización Social, económica y Organizacional		Conferencia dialogada	2
	Contenidos Procedimentales		Inducción	2

2	El enfoque sistémico y holístico de las organizaciones	Organiza y estudia estructuras y modelos de empresas estratégicas para competir en el mercado	Exposición problemática	2
			Solución de casos	2
3	El Emprendedor: características, habilidades y competencias.	Desarrolla e integra equipos de trabajo para emprendimientos, de acuerdo al estudio de mercado.	Demostración	2
			Estudio de casos	2
4	La creatividad como fuente del desarrollo personal y organizacional. Innovación y desarrollo sustentable	Adquiere conocimientos, metodologías para desarrollar su creatividad e innovación.	Técnicas participativas	2
			Trabajo en equipo	2
Referencias:				
) Chiavenato, I. (2011). Administración, teoría, proceso y práctica. Octava edición. Mc Graw Hill.				
) Koontz, H.. (2010). La administración, una perspectiva global y empresarial. Décimo tercera edición. Mc Graw Hill.				

UNIDAD II: IDEA DE NEGOCIOS: FORMALIZACIÓN Y PLANEAMIENTO				
CAPACIDAD: Identifica y define ideas de negocio mediante técnicas de generación de nuevos modelos de negocios, tomando pautas para constituir, formalizar y plantear un negocio.				
Semana	Actitudes		Estrategias de Aprendizaje	Horas
) Cumplimiento de responsabilidades) Conducta ética			
	Contenidos Conceptuales	Contenidos Procedimentales		
5	La creatividad como fuente del desarrollo personal y organizacional. Innovación y desarrollo sustentable	Adquiere conocimientos, metodologías y praxis para desarrollar la creatividad e innovación, necesarios por el mercado	Análisis documental bibliográfico	2
			Dinámica de grupos	2
6	Los sombreros para pensar, de E. de Bono.- Generación de ideas de negocio	Desarrollar sesiones de trabajo, como emprendedores y asume diferentes roles de acuerdo al significado de cada sombrero	Discusión en grupos pequeños	2
7			Trabajo en equipo	2
8	Evaluación Parcial		Solución de casos	2
			Método personalizado	2
Referencias:				
) Oppenheimer, Andrés. (2013). Crear o morir. Editorial sudamericana. ISBN: 9789873752032				
) Olmedo, Raúl. (2009). "¿Crecer o decrecer? Megatendencias 1ra Edición. Universidad nacional Autónoma de México				

UNIDAD III: ESTUDIO DE MERCADO: IDEA DE NEGOCIOS				
CAPACIDAD: Evalúa y analiza el tipo y sector del negocio mediante técnicas usadas en el estudio de mercado para hacer viable su proyecto de vida.				
Semana	Actitudes		Estrategias de Aprendizaje	Horas
) Disposición por aprender) Conducta ética			
	Contenidos Conceptuales	Contenidos Procedimentales		
9	Parques tecnológicos e industriales. Centros de innovación	Visitar parques tecnológicos y replicar observaciones y experiencias en sus emprendimientos	Conferencia dialogada	2
			Inducción	2
10	Protección de la Propiedad intelectual	Revisar legislación, costos y beneficios de registrar toda innovación y/o producto nuevo	Análisis documental bibliográfico	2
			Consideración de estándares	2
11	Incubadoras de empresas	Visitar incubadoras de empresas en Lima y otros países para replicar experiencias de acuerdo al estudio de mercado	Método de proyectos	2
12			Técnicas participativas	2
Referencias:				
) Dave Gray, Sunni Brown.(2010). Game Storming. Ed. Deusto.- ISBE: 978-84-234-0966-2.- 2012				
) Rodríguez, Alfonso. (2009). "Nuevas perspectivas para entender el emprendimiento empresarial". Pensamiento y gestión, 26. Universidad del Norte.				

UNIDAD IV: ESTUDIO TÉCNICO Y ECONÓMICO: IDEA DE NEGOCIOS.				
CAPACIDAD: Aplica y diseña estudios técnicos y económicos del negocio, así como los aspectos de organización y operaciones finales.				
Semana	Actitudes		Estrategias de Aprendizaje	Horas
	<ul style="list-style-type: none">)] Innovación y creatividad)] Conducta ética 			
	Contenidos Conceptuales	Contenidos Procedimentales		
13	Desarrollo del Plan de Negocios	Ejecuta el plan de negocios, como resultado de los conocimientos adquiridos	Aplicación de criterios e indicadores	2
14			Consideración de estándares	2
15	Relaciones Universidad – Empresa para lograr emprendedores – empresarios exitosos	Visitar empresas y traer empresarios a la FCA para integrar la comunidad universitaria a la comunidad empresarial	Dinámica de grupos	2
			Estudio de casos	2
16	Examen Final		Solución de casos	2
			Técnicas participativas	2
Referencias:				
<ul style="list-style-type: none">)] Balanco, Greg. (2009). Como preparar un plan de negocios exitoso. Mc Graw Hill)] Ministerio de Trabajo. (2009). Manual de Plan de Negocios. Imprenta Mintra. 				

VI. METODOLOGÍA

6.1. Estrategias centradas en la enseñanza

- a. Exposición dialogada
- b. Método personalizado
- c. Clase magistral
- d. Inducción
- e. Técnicas de concientización

6.2. Estrategias centradas en el aprendizaje

- a. Demostración
- b. Trabajo en equipo
- c. Estudio de casos

VII. RECURSOS PARA EL APRENDIZAJE

- a. Fuentes de información
- b. Manual de asignatura
- c. Multimedia
- d. Portafolio

VIII. EVALUACIÓN

La evaluación es un componente del proceso formativo que implica el recojo de información sobre los rendimientos y desempeños del estudiante. Permite el análisis para mejorar el proceso de enseñanza-aprendizaje. Se evalúa antes, durante y al finalizar el proceso, según la siguiente tabla:

EVALUACION ACADEMICAS	PESO
Prueba de entrada	Sin nota
Evaluación del proceso	60%
Examen Parcial	20%
Examen Final	20%

- Antes: prueba de entrada.-Se realiza una evaluación inicial, diseñada para recoger los saberes que posee el estudiante para asumir la asignatura y cuyo resultado no interviene en el cálculo de la calificación de la asignatura.
- Durante: Evaluación de Proceso.- De acuerdo al objetivo de aprendizaje de la asignatura se evalúan las competencias adquiridas por el estudiante utilizando los criterios establecidos en el anexo N° 1.
- Examen: Parcial y Final.- Se evalúa los productos del aprendizaje, al finalizar una o más unidades de aprendizaje, usándose la prueba escrita como instrumento de medición (examen parcial y examen final).

IX. FUENTES DE INFORMACIÓN COMPLEMENTARIAS

9.1. Fuentes bibliográficas

- J Fasiolo, Carlos (2009). "Emprender el camino: Estrategia, estructura y plan de negocios" Editorial Buyatti 2da edición.
- J García, Fernando (2010). "Metodología para el logro exitoso de la formación de directivos" editorial San Marcos.
- J Kantis, Hugo (2014). "Índice de condiciones sistémicas para el emprendimiento dinámico". 1ª edición. Mercosur
- J Lederman, Messina, Pienknagura & Rigolini (2014). "El emprendimiento en América Latina". Banco Mundial
- J Ministerio de Trabajo (2005). "Como elaborar mi plan de negocios". Editorial Ministerio de Trabajo
- J Santemas, Miguel (2009). "Diseño y análisis de encuestas en investigación social y de mercados" Primera edición, editorial Pirámide.
- J Valverde, Zoila (2009). "Guía de ideas y plan de negocios". 1ª edición. Ministerio de Educación. Lima. Perú
- J Vega, Ignacio (2012). "Procesos productivos Obtenga la máxima rentabilidad" 2da edición, editorial ECOE

9.2 Fuentes de internet

- J <http://www.start-up.pe/>
- J <https://www.kickstarter.com/>
- J <http://pqs.pe/>
- J <http://www.crecemype.pe/portal/>
- J <http://pymex.pe/>
- J <http://www.ideasweb.la/>