



UNIVERSIDAD PERUANA DEL CENTRO  
FACULTAD DE DERECHO Y CIENCIAS ADMINISTRATIVAS  
ESCUELA PROFESIONAL DE ADMINISTRACIÓN DE  
EMPRESAS  
**SILABO**

**ASIGNATURA: TALLER: EMPRENDIMIENTO DE NEGOCIOS SOSTENIBLES**

**1. DATOS INFORMATIVOS**

1.1 Nombre de la Asignatura	: <b>Taller: Emprendimiento de Negocios Sostenibles</b>
1.2 Código de la Asignatura	: <b>ADM-956</b>
1.3 Número de créditos	: 03
1.4 Carácter de la Asignatura	: Obligatorio
1.5 Ciclo Académico	: IX
1.6 Total de horas	: 06
1.7.1. Horas de teoría	: 00
1.7.2. Horas de práctica	: 06
1.7 Prerrequisito	: ADM-531
1.8 Total de Semanas	: 17 semanas

**2. 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.

Para lograr tal propósito la asignatura abarca los siguientes contenidos generales: I El emprendimiento, formación de ideas de negocios. II Estudio de mercado: idea de negocio. III Estudio técnico y económico: idea de negocios

**3. COMPETENCIAS**

- 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.

#### 4. CRONOGRAMA Y CONTENIDOS

### UNIDAD I EL EMPRENDIMIENTO, FORMACIÓN DE IDEAS DE NEGOCIOS

#### Capacidades:

1. Reconoce fundamentos de emprendimiento y habilidades del emprendedor mediante la exposición de casos locales e internacionales de éxito.

Nº de semana	Nº de sesión	Nº de Horas	CONTENIDOS			% de Avance
			CONCEPTUAL	PROCEDIMENTAL	ACTITUDINAL	
1	S1	3h	Introducción a la asignatura	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Define y estructura acciones emprendedoras de negocio.</li> <li>- Realiza estudios de mercado:</li> <li>- Productividad, rentabilidad y competitividad</li> <li>- Organiza y estudia estructuras y modelos de empresas estratégicas para competir en el mercado.</li> <li>- Desarrolla e integra equipos de trabajo para emprendimientos, de acuerdo al estudio de mercado.</li> <li>- Adquiere conocimientos, metodologías para desarrollar su creatividad e innovación.</li> <li>- Adquiere conocimientos, metodologías y praxis para desarrollar la creatividad e innovación, necesarios por el mercado.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Disposición por aprender</li> <li>- Conducta ética</li> </ul>	
	S2	3h	Evaluación de entrada.			
2	S1	3h	El Cambio; Productividad y Competitividad en la Globalización y Mundialización Social, económica y Organizacional			
	S2	3h	El enfoque sistémico y holístico de las organizaciones			
3	S1	3h	El Emprendedor: características, habilidades y competencias.			
	S2	3h	La creatividad como fuente del desarrollo personal y organizacional.			
4	S1	3h	Innovación y desarrollo sustentable			
	S2	3h	La creatividad como fuente del desarrollo personal y organizacional.			
5	S1	3h	Innovación y desarrollo sustentable.			
	S2	3h	Los sombreros para pensar, de E. de Bono.			
6	S1	3h	Generación de ideas de negocio			
	S2	3h	<b>PRIMERA EVALUACIÓN PARCIAL</b>			33.34%

**UNIDAD II**  
**ESTUDIO DE MERCADO: IDEA DE NEGOCIO**

**Capacidades:**

1. Evalúa y analiza el tipo y sector del negocio mediante técnicas usadas en el estudio de mercado para hacer viable su proyecto de vida.

N° de semana	N° de sesión	N° de Horas	CONTENIDOS			% de Avance	
			CONCEPTUAL	PROCEDIMENTAL	ACTITUDINAL		
7	S1	3h	Parques tecnológicos e industriales.	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Visitar parques tecnológicos y replicar observaciones y experiencias en sus emprendimientos</li> <li>- Revisar legislación, costos y beneficios de registrar toda innovación y/o producto nuevo.</li> <li>- Visitar incubadoras de empresas para replicar experiencias de acuerdo al estudio de mercado.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Disposición por aprender</li> <li>- Conducta ética</li> </ul>		
	S2	3h	Centros de innovación				
8	S1	3h	Protección de la Propiedad intelectual				
	S2	3h	Mercados actuales				
9	S1	3h	Mercado potencial				
	S2	3h	Mercado eficaz				
10	S1	3h	Práctica N° 01				
	S2	3h	Cálculo de tamaño de mercado				
11	S1	3h	Incubadoras de empresas				
	S2	3h	Incubadoras de empresas				
12	S1	3h	Práctica N° 02				
	S2	3h	<b>SEGUNDA EVALUACIÓN PARCIAL</b>			66.67%	

**UNIDAD III**  
**ESTUDIO TÉCNICO Y ECONÓMICO: IDEA DE NEGOCIOS**

**Capacidades:**

1. Aplica y diseña estudios técnicos y económicos del negocio, así como los aspectos de organización y operaciones finales.

Nº de semana	Nº de sesión	Nº de Horas	CONTENIDOS			% de Avance	
			CONCEPTUAL	PROCEDIMENTAL	ACTITUDINAL		
13	S1	3h	Desarrollo del Plan de Negocios	- Ejecuta el plan de negocios, como resultado de los conocimientos adquiridos. - Visitar empresas y traer empresarios a la FCA para integrar la comunidad universitaria a la comunidad empresarial.	- Innovación y creatividad. - Conducta ética		
	S2	3h	Desarrollo del Plan de Negocios				
14	S1	3h	Desarrollo del Plan de Negocios				
	S2	3h	Desarrollo del Plan de Negocios				
15	S1	3h	Relaciones Universidad – Empresa para lograr emprendedores – empresarios exitosos				
	S2	3h	Relaciones Universidad – Empresa para lograr emprendedores – empresarios exitosos				
16	S1	3h	Presentación del Plan de Negocios Final				
	S2	3h	Presentación del Plan de Negocios Final				
17	S1	3h	Exposición Final				
	S2	3h	<b>TERCERA EVALUACIÓN PARCIAL</b>			100 %	
18	<b>EVALUACIÓN DE REZAGADOS</b>						
19	<b>EVALUACIÓN COMPLEMENTARIA</b>						

## 5. METODOLOGÍA Y/O ESTRATEGIAS DIDACTICAS

- 5.1 Métodos: Inductivo, Deductivo, Polémico, Expositivo y Heurístico, Sintético- Analítico.
- 5.2 Técnicas: mapas mentales, mapas conceptuales, diálogo, dinámica de grupos, entre otros.
- 5.3 Formas: oral, escrita, lectura de textos, Reflexiva-Participativo, etc.
- 5.4 Modo: Individual y grupal.

## 6. RECURSOS MATERIALES

Para el alumno: Cuaderno, papelotes, diapositivas, guías académicas.

Para el profesor:

Equipos:

Multimedia

Materiales:

Plumones

Textos y separata del curso

Videos

Direcciones electrónicas

Carpeta de trabajo

Biblioteca virtual

## 7. EVALUACION

Se considerará dos dimensiones:

La evaluación de los procesos de aprendizaje y la evaluación de los resultados del aprendizaje. Estas dimensiones se evaluarán a lo largo de la asignatura en cada unidad de aprendizaje, puesto que la evaluación es un proceso permanente cuya finalidad es potenciar los procesos de aprendizaje y lograr los resultados previstos.

La evaluación del proceso de aprendizaje consistirá en evaluar: Los saberes y aprendizajes previos, los intereses, motivaciones y estados de ánimo de los estudiantes, la conciencia de aprendizaje que vive, el ambiente y las relaciones interpersonales en el aula; los espacios y materiales; y nuestros propios saberes (capacidades y actitudes); de modo que permita hacer ajustes a la metodología, las organizaciones de los equipos, a los materiales (tipo y grado de dificultad), etc.

Asimismo, la evaluación de los resultados de aprendizaje consistirá en: evaluar las capacidades y actitudes, será el resultado de lo que los alumnos han logrado aprender durante toda la unidad. Este último será tanto individual como en equipo. Es decir cada alumno al final del curso deberá responder por sus propios conocimientos (50%), deberá demostrar autonomía en su aprendizaje pero también deberá demostrar capacidad para trabajar en equipo cooperativamente (50%). Los exámenes serán de dos tipos: parcial y final.

El promedio de tarea académica (TA) es el resultado de las evaluaciones permanentes tomadas en clase: prácticas calificadas, exposiciones y otros, también es el resultado de la evaluación valorativa: actitudes positivas, participación en clase, reflexiones y otros. Sin embargo los exámenes parcial y final serán programados por la Universidad. El promedio final (PF) se obtendrá de la siguiente ecuación.

TA: Promedio de tareas académica

EP1 :1ra evaluación parcial

EP2 : 2da evaluación parcial

EF: Evaluación Final

NF : Nota final

$$NF = \frac{\overline{TA} + EP1 + EP2 + EF}{4}$$

## 8. BIBLIOGRAFIA

- Lovelock, C. y Wirtz, J. (2009). Marketing de servicios (6ª ed.). México: Pearson Educación, p. 2 – 89.
- Fernández, P. y Bajac, H. Marketing de servicios (1ª ed.). Argentina, p. 13 -26.
- Hoffman, D. y Batenson, J. La gestión del marketing de servicios (4ª ed.). Argentina, p. 1 - 84.