



SILABO POR COMPETENCIAS

ASIGNATURA: INNOVACIÓN Y EMPRENDEDURISMO

Código: 101156

II. DATOS GENERALES

| | | | |
|------|-------------------------|---|--------------------------------|
| 1.1 | Departamento Académico | : | Contabilidad |
| 1.2 | Escuela Profesional | : | Contabilidad |
| 1.3 | Carrera Profesional | : | Contador Publico |
| 1.4 | Ciclo de Estudios | : | III |
| 1.5 | Crédito | : | 03 |
| 1.6 | Duración | : | 17 Semanas |
| 1.7 | Horas Semanales | : | 04 |
| | 1.7.1 Horas de Teoría | : | 02 |
| | 1.7.2 Horas de Práctica | : | 02 |
| 1.8 | Plan de Estudios | : | 2019 |
| 1.9 | Inicio de Clase | : | 03 de mayo del 2021 |
| 1.10 | Finalización de Clase | : | 05 de Setiembre del 2021 |
| 1.11 | Requisito | : | |
| 1.12 | Docente | : | Gladys Madeleine Flores Concha |
| 1.13 | Semestre Académico | : | 2021 – I |

III. SUMILLA

La asignatura pertenece al área curricular de estudios generales, es teórico-práctica y tiene el propósito de acción objeto condición.

Desarrolla las siguientes unidades de aprendizaje: 1. Innovación y creatividad. 2. Idea de negocio- el plan de negocio. 3. El estudio de mercado. Marketing estratégico. 4. Sostenibilidad del emprendimiento y responsabilidad social empresarial.

La tarea académica exigida al estudiante es que, al finalizar el curso haya formulado un plan de negocio y lo sustente.

III. LAS COMPETENCIAS

Formula un plan de innovación para el desarrollo de proyectos de emprendimiento empresarial, mostrando una actitud de permanente creatividad, innovación y de solución a los problemas básicos de la formación personal y profesional, con visión para proponer alternativas utilizando las distintas metodologías para generar ideas y llevarlas a la acción en la empresa.



IVI. CAPACIDADES

Capacidad 1: Innovación y creatividad

Aprecia conceptos y técnicas de innovación para generar, desarrollar y gestionar la creatividad, en el marco de la cultura de innovación.

Capacidad 2: Idea de negocio- el plan de negocio.

Sustenta la propuesta de un producto mínimo viable que dará solución a un problema de un segmento utilizando el modelo Lean Canvas con la técnica pitch elevator

Capacidad 3: El estudio de mercado. Marketing estratégico

Adquiere las capacidades necesarias para generar ideas emprendedoras empresariales

Capacidad 4: Sostenibilidad del emprendimiento y responsabilidad social empresarial.

Adquiere las capacidades necesarias para generar ideas emprendedoras empresariales



V. PROGRAMACION DE CONTENIDOS

| UNIDAD I | | | | | |
|---|---|--|--|--|-------|
| INNOVACIÓN Y CREATIVIDAD | | | | | |
| Capacidad: Aprecia conceptos y técnicas de innovación para generar, desarrollar y gestionar la creatividad, en el marco de la cultura de innovación. | | | | | |
| Semana | Contenidos Conceptuales | Contenidos Procedimentales | Contenidos Actitudinales | Criterio de Evaluación | Horas |
| Semana 1 | Concepto y relación entre la creatividad e innovación. Las fases del proceso de creatividad. | Elabora un cuadro comparativo estableciendo la relación entre creatividad e innovación. Identifica el proceso creativo-innovador en su conjunto. | Distingue la relación entre creatividad e innovación | Interacción con preguntas y respuestas. Tarea N°1 | 4 |
| Semana 2 | - Medición del cociente creativo e innovador. | Elabora un mapa conceptual sobre cómo medir el cociente innovador propio para mejorar. | Búsqueda de innovación. | Debate y discusión en clase | 4 |
| Semana 3 | La cultura corporativa como facilitador para la innovación. Estímulos y motivación. | Identifica las condiciones necesarias para desarrollar el pensamiento creativo en el entorno de la Empresa. | Justifica la importancia de la cultura corporativa | Exposición Dialogada Foro N° 1 | 4 |
| Semana 4 | <ul style="list-style-type: none"> La brecha innovadora. Comprender la tendencia de la brecha innovadora y sus ciclos. | Analiza la importancia de la brecha innovadora como factor de ventaja competitiva en la Empresa. | Distingue la brecha y En la entre ciclos | Debate en y discusión en clase. | 4 |
| | <ul style="list-style-type: none"> Exposición tarea N° 1 | | | | |
| Referencias Bibliográficas: | | | | | |
| <ul style="list-style-type: none"> Gil, M. (2012). Como crear y hacer funcionar una empresa. 8va Edición. México: Alfaomega Grupo Editor | | | | | |



UNIDAD II
IDEA DE NEGOCIO- EL PLAN DE NEGOCIO.

Capacidad: Sustenta la propuesta de un producto mínimo viable que dará solución a un problema de un segmento utilizando el modelo Lean Canvas con la técnica pitch elevator.

| Semana | Contenidos Conceptuales | Contenidos Procedimentales | Contenidos Actitudinales | Actividades de Aprendizajes. Evaluación | Horas |
|--|---|--|--|--|-------|
| Semana 5 | Tema N° 1: Los modelos de negocio. Modelo de negocios Canvas. Definición. Estructura. Modelo de negocios Lean Canvas: Definición. Estructura. Similitudes y diferencias. | Detecta los problemas de un segmento para brindar soluciones. | Defiende con seguridad y certeza la propuesta de un producto mínimo viable que permitirá dar solución a un problema. | Exposición Dialogada Tarea N° 2 | 4 |
| Semana 6 | Tema N° 2: Modelo de negocios Lean Canvas-Elementos: problema, segmento, propuesta de valor, solución, ventaja competitiva. Elemento: Problema. Elemento: segmento. Elemento: propuesta de valor. Elemento: solución. Elemento: ventaja competitiva | Organiza la información que investiga para identificar segmentos y oportunidades de negocios. Clasifica los costos e Ingresos que genera una solución a la propuesta | | Debate y discusión en clase Foro N° 2 | 4 |
| Semana 7 | Tema N° 3: Modelo de negocios Lean Canvas-Elementos: canales, ingresos, costos, métricas. Técnica Pitch elevator. Elemento: canales. Elemento: ingresos. Elemento: costos. Elemento: métricas. Técnica Pitch elevator | Construye un modelo de negocios con la información obtenida de la validación del producto mínimo viable. | | Exposición dialogada | 4 |
| Semana 8 | EXPOSICION TAREA N° 2 IDEA DE NEGOCIO Y PLAN DE NEGOCIO | | | Trabajo en equipo | 4 |
| EXAMEN PARCIAL N° 1 DE LA UNIDAD I y II | | | | | |

Referencias Bibliográficas:

- Gil, M. (2012). Como crear y hacer funcionar una empresa. 8va Edición. México: Alfaomega Grupo Editor



| UNIDAD III | | | | | |
|--|--|---|--|---|--------------|
| EL ESTUDIO DE MERCADO. MARKETING ESTRATÉGICO | | | | | |
| Capacidad: Adquiere las capacidades necesarias para generar ideas emprendedoras empresariales. | | | | | |
| Semana | Contenidos Conceptuales | Contenidos Procedimentales | Contenidos Actitudinales | Actividades de Aprendizajes. Evaluación | Horas |
| Semana 9 | <ul style="list-style-type: none"> Estudio de Mercado | Aplica la encuesta de la idea de negocio seleccionada para la elaboración de su proyecto de implementación. | Estudia el proceso de su proyecto de implementación. | Trabajo en equipo Tarea N° 3 | 4 |
| Semana 10 | Estrategias genéricas, propuesta de valor. | Elaboración de un proceso de administración estratégica para una empresa. | Propone y sustenta un proceso de administración estratégica para una organización | Problematización | 4 |
| Semana 11 | Estrategias de segmentación y posicionamiento | Base de segmentación: Comportamiento de consumidor. Tamaño de mercado. Criterios de segmentación. | Propone criterios de segmentación empleados en un caso de estudio, y estima el tamaño de mercado. | Debate y discusión en clase Foro N° 3 | 4 |
| Semana 12 | Estrategias de crecimiento y participación de mercado | Estrategias de penetración en el mercado y Estrategias de desarrollo del mercado. | Realiza un análisis de la posibilidad de crecimiento a través del incremento de la cuota de mercado en sus productos, mediante la búsqueda de nuevas aplicaciones para su producto que capten otros segmentos diferentes a los actuales. | Exposición Dialogada – Trabajo en grupo | 4 |
| Semana 13 | Estrategias competitivas. | Realiza ejercicio aplicado a su idea de Negocio seleccionada para su proyecto. | Valora cuales son las ventajas en las actividades Nacionales e internacionales. | Discusión y Análisis de resultado Tarea N° 4 | 4 |
| EXPOSICION TAREA N° 3 | | | | | |
| Referencias Bibliográficas: | | | | | |
| <ul style="list-style-type: none"> Kotler, P. Lane, K. (2012). <i>Marketing Management</i>. (14a Ed.). New Jersey: Prentice Hall. | | | | | |



UNIDAD IV
SOSTENIBILIDAD DEL EMPRENDIMIENTO Y RESPONSABILIDAD SOCIAL EMPRESARIAL

Capacidad: Adquiere las capacidades necesarias para generar ideas emprendedoras empresariales.

| Semana | Contenidos Conceptuales | Contenidos Procedimentales | Contenidos Actitudinales | Actividades de Aprendizajes. Evaluación | Horas |
|------------------|--|---|---|---|-------|
| Semana 14 | Historia del emprendimiento en el Perú. La actitud emprendedora. | Valora el desarrollo histórico del emprendimiento en el Perú. Normas de comportamiento y evaluación de los aprendizajes. | Búsqueda del desarrollo. | Expone y discute las ideas principales del tema tratado. Foro N° 4 | 4 |
| Semana 15 | <ul style="list-style-type: none"> Características, Habilidades y competencias emprendedoras | Establece la importancia de las Características, Habilidades y competencias Emprendedoras. | Muestra el compromiso competitivo. | Presentación de la estructura del Proyecto de Vida | 4 |
| Semana 16 | <ul style="list-style-type: none"> Plan de vida: Importancia, estructura: Visión, Misión, Valores | Formula su plan de vida con acciones de cambio para los próximos 18 meses. | Compromiso en el desarrollo de metas y objetivos. | Exposición Dialogada | 4 |
| Semana 17 | La innovación: Definición de imaginación, creatividad e innovación. Clases de innovación. Matriz de la innovación. Técnica para generar innovaciones: Técnica Scamper. | Clasifica los tipos de innovación que observa en la sociedad mediante el diseño de una infografía. Identifica casos de imaginación, creatividad e innovación que se presentan en la sociedad utilizando la técnica Scamper | Inicia sus participaciones en actividades de emprendimiento | Entrega la infografía del emprendimiento empresarial | 4 |
| | EXPOSICION TAREA N° 4 EXAMEN FINAL | | | | |

Referencias Bibliográficas:

- Gil, M. (2012). Como crear y hacer funcionar una empresa. 8va Edición. México: Alfaomega Grupo Editor



VI. METODOLOGIA

6.1 Estrategias centradas en el aprendizaje

La asignatura se desarrollará bajo la modalidad Virtual utilizando como herramienta la **VIDEOCONFERENCIA** con participación activa de los estudiantes mediante: exposiciones dialogadas, estudio de casos, aprendizaje colaborativo y cooperativo.

Se considerará el desarrollo de las siguientes actitudes en clases: participación, trabajo en equipo.

Las programaciones serán de la manera siguiente:

- a) **VIDEOCONFERENCIA:** Se programarán por cada clase y el desarrollo de la clase será de la siguiente manera:
 - La 1 primera hora académicas representan a la videoconferencia de clase
 - La 1/2 hora académica desarrollaran las practicas que se den en la clase, y enviaran sus respuestas a la plataforma para su calificación
 - Y en la 1/2 hora académica restante será la videoconferencia para la retroalimentación

- b) **TAREAS:** Se programarán:
 - En la 1er semana Tarea N° 1
 - En la 5ta semana Tarea N° 2
 - En la 9na semana Tarea N° 3
 - Y en la 13ava semana Tarea N° 4

- c) **FOROS:** Se programarán:
 - En la 3era semana Foro N° 1
 - En la 6ta semana Foro N° 2
 - En la 11ava semana Foro N° 3
 - En la 14ava semana Foro N° 4

6.2. Estrategias centradas en la enseñanza

La asignatura se desarrollará con evaluación diagnostica, exposiciones teóricas, dialogo y debate de lecturas, desarrollo de casos prácticos y análisis de textos relacionados.

VII. RECURSOS PARA EL APRENDIZAJE

La asignatura se desarrollará con el uso permanente de los siguientes recursos: **aula virtual**, biblioteca virtual, hojas de prácticas, lecturas, silabo físico y digital, **videoconferencias**, videos, páginas web.



VIII. EVALUACIÓN

8.1 Generales

- De acuerdo al Compendio de Normas Académicas de esta Casa Superior de Estudios, en su artículo 13° señala lo siguiente: “Los exámenes y otras formas de evaluación se califica en escala vigesimal (de 1 a 20) en números enteros. La nota mínima aprobatoria es once (11). El medio punto (0.5) es a favor del estudiante.
- Del mismo modo, en referido documento en su artículo 16° señala: “Los exámenes escritos son calificados por los profesores responsables de la asignatura y entregados a los alumnos y las actas a la Dirección de Escuela Profesional dentro de los plazos fijados.
- Asimismo, el artículo 36° mención “La asistencia de los alumnos a clases es obligatoria, el control corresponde a los profesores de la asignatura. sí un alumno acumula el 30% de la inasistencia injustificada totales durante el dictado de una asignatura, queda inhabilitado para rendir el examen final y es desaprobado en la asignatura, sin derecho a rendir examen de aplazado, debiendo el profesor, informar oportunamente al Director de Escuela.
- La evaluación de los estudiantes, se realizará de acuerdo a los siguientes criterios:

| N ° | CÓDIGO | NOMBRE DE LA EVALUACIÓN | PORCENTAJE |
|-------|--------|-------------------------|------------|
| 01 | EP | EXAMEN PARCIAL | 40% |
| 02 | EF | EXAMEN FINAL | 40% |
| 03 | TA | TRABAJOS ACADEMICOS | 20% |
| TOTAL | | | 100% |

La Nota Final (NF) de la asignatura se determinará en base a la siguiente manera:

$$NF = \frac{EP*30\% + EF*30\% + TA*40\%}{100}$$



Criterios:

- EP = De acuerdo a la naturaleza de la asignatura.
- EF = De acuerdo a la naturaleza de la asignatura.
- TA = Los trabajos académicos serán consignadas conforme al COMPENDIO DE NORMAS ACADÉMICAS de esta Superior Casa de Estudios, según el detalle siguiente:
 - a) Prácticas Calificadas.
 - b) Informes de Laboratorio.
 - c) Informes de prácticas de campo.
 - d) Seminarios calificados.
 - e) Exposiciones.
 - f) Trabajos monográficos.
 - g) Investigaciones bibliográficas.
 - h) Participación en trabajos de investigación dirigidos por profesores de la asignatura.
 - i) Otros que se crea conveniente de acuerdo a la naturaleza de la asignatura.

8.2 Especificas

- ✓ **Examen parcial:** Se realizará en la 8va semana y de acuerdo a cronograma de evaluación publicada por la Facultad
- ✓ **Examen final:** Se realizara en la 17va semana y de acuerdo a cronograma de evaluación publicada por la Facultad
- ✓ **Trabajos académicos:**
 - **Prácticas:** Todos los días de clase
 - **Prácticas:** Todos los días de clase
 - **Tareas:** Tarea N° 1 en la 4ta semana, la Tarea N° 2 en la 8ava semana, la Tarea N° 3 en la 12ava semana y la Tarea N° 4 en la 17ava semana
 - **Foros:** Foro N° 1 en la 5ta semana, el Foro N° 2 en la 9na semana, el Foro N° 3 en la 14ava semana y la Foro N° 4 en la 16ava semana

IX FUENTES DE INFORMACION

9.1 Referencias Bibliográficas

- Gil, M. (2012). Como crear y hacer funcionar una empresa. 8va Edición. México: Alfaomega Grupo Editor
- Kotler, P. Lane, K. (2012). *Marketing Management*. (14a Ed.). New Jersey: Prentice Hall.



9.2. Electrónicas

- http://www.cegesti.org/exitoempresarial/publicaciones/publicacion_119_090810_es.pdf
- <http://blog.pucp.edu.pe/blog/raulchoque/wp-content/uploads/sites/905/2016/04/Ruta-Emprendimiento.pdf>

Lima, 04 de marzo de 2021

Gladys Madeleine Flores Concha
Código: 2020307

**FIRMA Y NOMBRE DEL DIRECTOR DE
DEPARTAMENTO ACADÉMICO**

Código Docente
Correo electrónico

| <i>Fecha de recepción del sílabo</i> |
|--------------------------------------|
| |
| |