



## I. INFORMACIÓN GENERAL

<b>CURSO</b>	:	Emprendimiento Y Modelo De Negocio
<b>CÓDIGO</b>	:	GE65
<b>CICLO</b>	:	201801
<b>CUERPO ACADÉMICO</b>	:	<b>Alcantara Poma, Rosa Elvira</b> <b>Perez Paredes, Maribel</b>
<b>CRÉDITOS</b>	:	4
<b>SEMANAS</b>	:	16
<b>HORAS</b>	:	4 H (Teoría) Semanal
<b>ÁREA O CARRERA</b>	:	Ingeniería de Gestion Empresarial

## II. MISIÓN Y VISIÓN DE LA UPC

Misión: Formar líderes íntegros e innovadores con visión global para que transformen el Perú.

Visión: Ser líder en la educación superior por su excelencia académica y su capacidad de innovación.

## III. INTRODUCCIÓN

El curso emprendimiento y modelos de negocios, es de especialidad de carácter teórico-práctico y está dirigido a estudiantes del tercer ciclo; busca desarrollar las competencias generales de Manejo de la Información y Pensamiento Innovador y la competencia específica (c) Tiene la habilidad para el diseño de un sistema operacional y sus diversos componentes y procesos para aplicaciones de gestión de la ingeniería.

El Perú tiene uno de los más altos niveles de actividad emprendedora inicial, sin embargo tiene una baja proporción de emprendedores ambiciosos e innovadores. La creación de nuevos negocios innovadores, se vincula estrechamente con las capacidades de emprendimiento y ejecución de sus gestores. Este curso está diseñado para ayudarte a tener una visión emprendedora que podrás aplicar al interior de una organización o a la creación de tu propio negocio.

## IV. LOGRO (S) DEL CURSO

Al finalizar el curso el estudiante determina un modelo de negocio innovador y viable.

## V. UNIDADES DE APRENDIZAJE

### UNIDAD N°: 1 OPORTUNIDAD DE NEGOCIOS

#### LOGRO

Al finalizar la unidad, el estudiante identifica la idea de negocio más innovadora

#### TEMARIO

Competencias emprendedoras personales.

El proceso emprendedor y el emprendimiento innovador.

Diferencias: Creatividad, innovación y emprendimiento. Casos.  
Bloqueadores de la creatividad.  
Generación de ideas de negocio.  
Selección de ideas de negocio.  
Identificación de oportunidades de negocio.

**HORA(S) / SEMANA(S)**

24 Horas/ semana 1 - 6

**UNIDAD N°: 2 MODELO DE NEGOCIOS**

**LOGRO**

Al finalizar la unidad, el estudiante propone un modelo de negocio.

**TEMARIO**

Lienzo de modelos de negocio y los patrones de modelos.  
Técnicas de diseño de modelos de negocio.  
El entorno de negocios: Tendencias clave, fuerzas macroeconómicas, de la industria y del mercado.  
Descubrimiento de clientes  
Diseño de prototipo.  
Pivotear vs proseguir con el modelo de negocios.  
Plan de negocios dinámico.  
Financiamiento.  
Comunicación eficiente del plan de negocios.

**HORA(S) / SEMANA(S)**

40 horas/ semana 7 - 16

**VI. METODOLOGÍA**

El curso se desarrolla en modalidad blended, es decir tendremos tres horas de estudio presencial y una hora de estudio virtual a la semana.

A lo largo del curso se diseña un modelo de negocios en grupos de trabajo, el mismo que se asesora tanto en las sesiones presenciales como virtuales.

En las sesiones presenciales se desarrollan tanto la parte práctica como teórica del curso a través de ejercicios estructurados, análisis de casos, discusión y reflexión constante. En los ejercicios estructurados, los estudiantes primero viven una experiencia de aprendizaje, procesan, generalizan lo aprendido y luego reflexionan sobre las aplicaciones.

En las sesiones virtuales a través de un estudio autónomo los estudiantes revisan materiales multimedia y lecturas, debaten casos de estudio en los foros y envían el avance de sus proyectos grupales a través del aula virtual.

Así mismo, el docente acompaña al estudiante en su proceso de aprendizaje a través del foro de dudas y asesorías por medio del sistema de videoconferencia que ofrece el aula virtual.

**TEMARIO DE ESTUDIO AUTO DIRIGIDO**

En la unidad 2 se harán trabajos aplicativos con guía del docente.

## VII. EVALUACIÓN

### FÓRMULA

5% (DD1) + 40% (PA1) + 25% (TF1) + 15% (EA1) + 15% (EB1)

TIPO DE NOTA	PESO %
EA - EVALUACIÓN PARCIAL	15
DD - EVAL. DE DESEMPEÑO	5
PA - PARTICIPACIÓN	40
TF - TRABAJO FINAL	25
EB - EVALUACIÓN FINAL	15

## VIII. CRONOGRAMA

TIPO DE PRUEBA	DESCRIPCIÓN NOTA	NÚM. DE PRUEBA	FECHA	OBSERVACIÓN	RECUPERABLE
EA	EVALUACIÓN PARCIAL	1	SEMANA 8	Unidad 1 y Modelo de Negocio - individual	SÍ
DD	EVAL. DE DESEMPEÑO	1	SEMANA 15	Unidad 1 y 2 - grupal	NO
PA	PARTICIPACIÓN	1	SEMANA 15	Unidad 1 y 2 - individual	NO
TF	TRABAJO FINAL	1	SEMANA 15	Unidad 1 y 2 - grupal	NO
EB	EVALUACIÓN FINAL	1	SEMANA 16	Unidad 1 y 2 - individual	SÍ

## IX. BIBLIOGRAFÍA DEL CURSO

### BÁSICA

UNIVERSIDAD PERUANA DE CIENCIAS APLICADAS (UPC), Centro De Información. Catálogo en línea: <http://bit.ly/2EGRaDM>.

### RECOMENDADA

(No necesariamente disponible en el Centro de Información)

AMABILE, Teresa M. y APARICIO ALDAZABAL, Maria Elena (2005) Harvard business review : creatividad e innovación. Barcelona : Deusto.  
(658.4063 AMAB)