



I. INFORMACIÓN GENERAL

CURSO	:	Modelo de Negocio
CÓDIGO	:	GD16
CICLO	:	201800
CUERPO ACADÉMICO	:	Nakamatsu Yonamine, Keiko Monica
CRÉDITOS	:	5
SEMANAS	:	8
HORAS	:	10 H (Teoría) Semanal
ÁREA O CARRERA	:	Administración y Gerencia del Emprendimiento

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

Descripción:

El curso Modelo de Negocio realiza una profunda exploración sobre metodologías ágiles para el desarrollo de modelos de negocio. Tomando en cuenta que dichas metodologías y sus diversas herramientas son fundamentales para todo profesional contemporáneo. Debido a ello, su empleo exige el desarrollo de competencias de pensamiento en la línea de la innovación que nos permitan aprovecharlas de manera eficiente, creativa y ética. El nuevo entorno de los negocios es cada vez más dinámico y complejo por lo que se deben utilizar nuevas herramientas para diseñar un modelo de negocio que generen valor en la organización y en el sector o segmento al cual se dirigen a fin que logre escalar con rentabilidad.

Propósito:

El curso Modelo de Negocio ha sido diseñado con el propósito de permitir al futuro emprendedor, desarrollar ideas de negocio con visión integradora desde el quinto ciclo de la carrera, a través del uso de metodologías ágiles de desarrollo de modelos de negocio y de esta manera afinar sus habilidades estratégicas e innovadoras para su ejercicio profesional. El curso contribuye directamente al desarrollo de las competencias de Comunicación Oral (general), Pensamiento Innovador (general) y Emprendimiento (específica), las 3 a un nivel 1.

IV. LOGRO (S) DEL CURSO

Al finalizar el curso, el estudiante diseña un modelo de negocios presentando un elevator pitch para una idea de negocio seleccionada previamente.

Competencia General: Comunicación Oral

Nivel de Logro: 1

Definición: Capacidad para transmitir mensajes orales de manera eficaz para diversas audiencias, usando

diferentes recursos que faciliten la comprensión del mensaje y logro del propósito.

Competencia General: Pensamiento Innovador

Nivel de Logro: 1

Definición: Capacidad para detectar necesidades y oportunidades para generar proyectos o propuestas innovadoras, viables y rentables. Planifica y toma decisiones eficientes orientadas al objetivo del proyecto.

Competencia Específica: Emprendimiento

Nivel de Logro: 1

Definición: Construye nuevos modelos de negocio para el emprendimiento e intraemprendimiento con una perspectiva estratégica.

V. UNIDADES DE APRENDIZAJE

UNIDAD N°: 1 INTRODUCCIÓN AL MODELO DE NEGOCIO

LOGRO

Al finalizar la unidad, el estudiante distingue fundamentos y herramientas para el diseño de los modelos de negocio.

TEMARIO

SEMANA 1:

-Sesión Presencial: Diferencias entre Modelo de Negocio y Plan de Negocio.

-Sesión Online: Clasificación de Lienzos de Modelos de Negocio: el Business Model Canvas, el Babson Preferred Canvas, Modelos de Negocio sin ánimo de lucro y Modelos de Negocio para empresas sociales

SEMANA 2:

-Sesión Presencial: Generación y Selección de la Idea de Negocio Innovador.

-Sesión Online: El Proceso de Diseño de Modelos de Negocio.

HORA(S) / SEMANA(S)

Semanas 1 y 2

UNIDAD N°: 2 GENERACIÓN DEL MODELO DE NEGOCIO (I)

LOGRO

Al finalizar la unidad, el estudiante determina los bloques de clientes y de la propuesta de valor de los diferentes lienzos de los modelos de negocio.

TEMARIO

SEMANA 3:

-Sesión Presencial: Segmento de Clientes.

-Sesión Online: El Mapa de Empatía y el Customer Journey Map.

SEMANA 4:

-Sesión Presencial: Propuesta de Valor.

-Sesión Online: Value Proposition Canvas.

HORA(S) / SEMANA(S)

Semanas 3 y 4

UNIDAD N°: 3 GENERACION DEL MODELO DE NEGOCIO (II)**LOGRO**

Al finalizar la unidad, el estudiante diseña los principales lienzos para modelos de negocio.

TEMARIO**SEMANA 5:**

-Sesión Presencial: Bloques del Business Model Canvas.

-Sesión Online: Bloques del Lean Model Canvas.

HORA(S) / SEMANA(S)

Semana 5

UNIDAD N°: 4 GENERACION DEL MODELO DE NEGOCIO (III)**LOGRO**

Al finalizar la unidad, el estudiante analiza la innovación estratégica del modelo de negocio.

TEMARIO**SEMANA 6:**

-Sesión Presencial: Patrones de los Modelos de Negocio.

-Sesión Online: Entorno del Modelo de Negocio.

SEMANA 7:

-Sesión Presencial: Evaluación de Modelos de Negocio.

-Sesión Online: Perspectiva de los Modelos de Negocio sobre la Estrategia del Océano Azul.

SEMANA 8:

-Sesión Presencial: Entrega y Sustentación del Trabajo Final.

HORA(S) / SEMANA(S)

Semanas 6, 7 y 8

VI. METODOLOGÍA

El Modelo Educativo de la UPC asegura una formación integral, que tiene como pilar el desarrollo de competencias, las que se promueven a través de un proceso de enseñanza-aprendizaje donde el estudiante cumple un rol activo en su aprendizaje, construyéndolo a partir de la reflexión crítica, análisis, discusión, evaluación, exposición e interacción con sus pares, y conectándolo con sus experiencias y conocimientos previos. Por ello, cada sesión está diseñada para ofrecer al estudiante diversas maneras de apropiarse y poner en práctica el nuevo conocimiento en contextos reales o simulados, reconociendo la importancia que esto tiene para su éxito profesional.

Las actividades y productos desarrollados en el curso se sustentan sobre situaciones problemáticas en donde los estudiantes, a través de la búsqueda de información (consulta en fuentes especializadas, entrevistas) desarrollen una propuesta de solución pertinente y creativa utilizando la innovación como medio para desarrollar y potenciar aprendizajes significativos. El cumplimiento del logro de cada una de las unidades responde a la base sobre la que se trabajará el siguiente, finalizando en una propuesta que engloba el trabajo realizado durante todo el módulo. El curso combina las siguientes sesiones y actividades de trabajo: Sesiones presenciales en aula con

todo el grupo, actividades en entornos virtuales de aprendizaje y sesión plenaria de presentación de trabajos.

VII. EVALUACIÓN

FÓRMULA

$$25\% (TB1) + 25\% (TB2) + 15\% (PA1) + 35\% (TF1)$$

TIPO DE NOTA	PESO %
TB - TRABAJO	25
TB - TRABAJO	25
PA - PARTICIPACIÓN	15
TF - TRABAJO FINAL	35

VIII. CRONOGRAMA

Módulo Regular

TIPO DE PRUEBA	DESCRIPCIÓN NOTA	NÚM. DE PRUEBA	FECHA	OBSERVACIÓN	RECUPERABLE
TB	TRABAJO	1	Semana 2		NO
TB	TRABAJO	2	Semana 4		NO
PA	PARTICIPACIÓN	1	Semana 5		NO
TF	TRABAJO FINAL	1	Semana 8		NO

IX. BIBLIOGRAFÍA DEL CURSO

BÁSICA

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

RECOMENDADA

(No necesariamente disponible en el Centro de Información)

OSTERWALDER AlexanderPigneur, Yves; BERNARDA, Greg, y SMITH, Alan, (2015) Diseñando la propuesta de valor : cómo crear los productos y servicios que tus clientes están esperando. Barcelona : Deusto.

(658.4012 OSTE/D)