



I. INFORMACIÓN GENERAL

CURSO	:	Emprendimiento Profesional
CÓDIGO	:	IM26
CICLO	:	202101
CUERPO ACADÉMICO	:	Monteverde Orbegoso, Bruno Eduardo
CRÉDITOS	:	3
SEMANAS	:	16
HORAS	:	3 H (Teoría) Semanal
ÁREA O CARRERA	:	Comunicacion E Imagen 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

Descripción:

El curso busca generar interés y desarrollar capacidades para el emprendimiento, a través del reconocimiento habilidades de cada uno de los estudiantes, así como del aprendizaje de metodologías reconocidas a nivel mundial. Este incluye el desarrollo de un plan de emprendimiento (con sesgo en lo social) que sea sostenible y escalable, tanto a nivel nacional como internacional.

Propósito:

El curso busca incentivar el emprendimiento en el estudiante, identificando sus intereses y desarrollando sus habilidades a través del uso de herramientas que fomenten la creatividad, la innovación para el desarrollo de ideas y proyectos disruptivos. Además, aplicará los conocimientos adquiridos durante la carrera, a través de un proyecto innovador, sostenible y creativo, que le permita medir sus capacidades y desarrollar su espíritu emprendedor. Asimismo, le permitirá enfrentar de mejor manera un entorno cada vez más cambiante y competitivo, así como desarrollar a nivel avanzado competencias como Pensamiento innovador, Estrategia comunicacional y Gestión de vínculo.

IV. LOGRO (S) DEL CURSO

Competencia 1: Pensamiento innovador. Nivel de logro:3

Definición: Detecta necesidades y oportunidades para generar proyectos o propuestas innovadoras. Planifica y toma decisiones eficientes orientadas al objetivo del proyecto.

Competencia 2: Estrategia comunicacional. Nivel de logro:3

Definición: Desarrolla estrategias de comunicación innovadoras y sostenibles, que permitan una gestión integrada con los distintos medios, puntos de contacto, públicos y recursos a fin de alinear los mensajes a los objetivos corporativos con responsabilidad y rigurosidad.

Competencia 3: Gestión de vínculo. Nivel de logro:3

Definición: Consolida las relaciones entre la organización y sus diferentes grupos de interés y/o públicos, desde una visión empática e integradora al reconocer expectativas, necesidades y oportunidades de comunicación.

V. UNIDADES DE APRENDIZAJE

UNIDAD N°: 1 RECONOCIMIENTO DE INTERESES Y HABILIDADES DENTRO DE UN CONTEXTO SOCIAL NACIONAL
LOGRO Competencia(s): Gestión del vínculo. Logro de la unidad: Al finalizar la unidad, el estudiante reconoce el valor del emprendimiento en la realidad social del país, sus principales necesidades. A partir de este reconocimiento, identifica, a través del coaching, sus intereses en el desarrollo del emprendimiento y del lugar de trabajo donde se puede desarrollar, y cómo compatibilizar sus intereses personales, habilidades y competencias, sus fortalezas y debilidades.
TEMARIO -Contexto sobre tendencias y tecnologías que están cambiando el mundo (IA, Robótica, Block Chain, Clean Energy, Neurociencia, Fabricación Digital) -Contexto social nacional y económico -Principales necesidades y retos de la sociedad. -La importancia de la creación de equipos multidisciplinarios y espacios colaborativos -FODA cruzado personal y estrategias para el equipo. -Comunicación y branding personal para presentación de proyectos y empleabilidad. Actividades de aprendizaje: -Desarrollo de FODA personal y grupal en clase. -Trabajo grupal de problemática social en el contexto nacional y regional fuera de clase - Minicharla Brandtech: Reputación Digital en clase - Presentación de integrantes como equipo de trabajo para un proyecto de emprendimiento en clase. Evidencias de aprendizaje: DD 1: FODA Personal y Grupal DD 2: Análisis de problemática nacional y fuentes de referencia Bibliografía: SWOT Analysis I: Looking Outside for Threats and Opportunities: HBS Press, Harvard Business School Press Charla TED de Brené Brown: The power of vulnerability (2010)
HORA(S) / SEMANA(S) Semana 1, 2 y 3

UNIDAD N°: 2 DESARROLLO DE APTITUDES PARA EL EMPRENDIMIENTO
LOGRO Competencia(s): Pensamiento innovador Logro: Al finalizar la unidad, el estudiante conoce las habilidades personales necesarias del emprendedor para el

desarrollo del emprendimiento a través de dos niveles: comunicación y perfil.

TEMARIO

- Características y habilidades del emprendedor
- Desarrollo de la creatividad y el pensamiento disruptivo.
- Innovación y diseño del pensamiento (Design Thinking).
- Business Model Canvas

Actividades de aprendizaje:

- Trabajo de campo: Identificación, validación y definición de un problema (Design Thinking)
- Trabajo individual en clase: Reflexión sobre proceso creativo
- Desarrollo de Casos IDEO y Airbnb

Evidencias de aprendizaje:

CL 1: Desarrollo del Caso IDEO Cineplanet y AIRBnB

DD 3: Presentación en grupo de las dos primeras etapas del Design Thinking en base a un problema.

Bibliografía:

IDEO: Human Centered Service Design 2016: HBS Press, Harvard Business School

How Airbnb designs for trust | Joe Gebbia

2016 TED YouTube Generación de modelos de negocio (Spanish Edition)

2011 English A. Osterwalder, Y. Pigneur, V.L. Cao El poder de la creatividad | Gabriel Lama y Daniela Sanchez | TEDxTukuy

2016 TEDx Talks YouTube (2015).

Caso AirBnB: <https://medium.com/@fsh/c%C3%B3mo-airbnb-dise%C3%B1a-para-la-confianza-be81644cd151>

HORA(S) / SEMANA(S)

Semana 4 y 5

UNIDAD N°: 3 CREACIÓN DEL MODELO DE EMPRENDIMIENTO

LOGRO

Competencia(s): Pensamiento innovador y Gestión del vínculo

Logro: Al finalizar la unidad, el estudiante diseña una idea original e innovadora y que tenga un impacto positivo en la población.

TEMARIO

Metodología Lean Startup

Estrategias del océano azul: identificación de océanos rojos y océanos azules.

Validación de problema (trabajo de campo)

Actividades de aprendizaje:

Desarrollo de trabajo grupal en clase: Tercera etapa del Design Thinking (ideación de una solución innovadora)

Evidencias de aprendizaje:

DD 4: MVP y Business Model Canvas

Bibliografía:

The Lean Startup: How Today's Entrepreneurs Use Continuous Innovation to Create Radically Successful

HORA(S) / SEMANA(S)

Semana 6, 7 y 9

UNIDAD N°: 4 IMPLEMENTACIÓN DE LA GESTIÓN DE PROYECTOS EN EL EMPRENDIMIENTO

LOGRO

Competencia(s): Pensamiento innovador y Estrategia Comunicacional

Logro: Al finalizar la unidad, el estudiante conoce la estructura para desarrollo de un proyecto de emprendimiento, logrando evidencias de su implementación.

TEMARIO

Contenido:

- Análisis de grupos de interés.
- Análisis de oferta existente.
- Definición de tamaño de mercado.
- Gestión comercial

Actividades de aprendizaje:

- Análisis de grupos de interés (stakeholders).
- Análisis de oferta existente (mapa de competencia).
- Estimación de tamaño de mercado TAM (Total Available Market), SAM (Serviciable Available Market) y SOM (Serviciable Obtainable Market)
- Conocimiento de técnicas de Hacking Growth en base a la lectura propuesta fuera de clase

Evidencias de aprendizaje:

DD 5: Análisis del entorno: Stakeholders + Competencia + Consumidores+ Comercialización

CL 2: Hacking Growth

Bibliografía:

Zero to One: Notes on Startups, or How to Build the Future 2014 English P. Thiel, B. Masters

Hacking Growth: How Today's Fastest-Growing Companies Drive Breakout Success 2017 English S. Ellis, M. Brown

HORA(S) / SEMANA(S)

Semana 10, 11 y 12

UNIDAD N°: 5 LA IMPLEMENTACIÓN DEL EMPRENDIMIENTO: LA PRESENTACIÓN DEL PLAN DE EMPRENDIMIENTO

LOGRO

Competencia(s): Pensamiento innovador y Estrategia Comunicacional.

Al finalizar la unidad, el estudiante implementa el plan de emprendimiento profesional, sustentándolo frente a un jurado externo a la universidad, conjuntamente con, al menos, un miembro de StartUPC.

TEMARIO

- Plan y proyección financiera.
- Herramientas de presentaciones efectivas para la Presentación de negocios (Elevator Pitch)

- Desarrollo del Plan de Implementación Final.

Actividades de aprendizaje:

- Presentación de análisis y proyección financiera del proyecto.
- Presentación de pitch del proyecto.

Evidencias de aprendizaje:

DD 6: Análisis de factibilidad financiera y proyección a 3 años

DD7: Evidencias de un inicio del Emprendimiento.

DD 8: Pitch

Bibliografía

Pitch Anything: An Innovative Method for Presenting, Persuading, and Winning the Deal 2011 English O. Klaff

HORA(S) / SEMANA(S)

Semana 13, 14 y 15

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 su entorno, así como a través de la observación de casos de éxito, conectándolo con sus experiencias y conocimientos previos. Por ello, cada sesión está diseñada para ofrecer al estudiante diversas maneras de aprendizaje y puesta en práctica del nuevo conocimiento en contextos reales o simulados, reconociendo la importancia que este tiene para su desarrollo personal y éxito profesional.

VII. EVALUACIÓN

FÓRMULA

10% (CL1) + 10% (DD1) + 5% (PA1) + 20% (EA1) + 10% (CL2) + 10% (DD2) + 5% (PA2) + 30% (TF1)

TIPO DE NOTA	PESO %
CL - CONTROL DE LECTURA	10
DD - EVAL. DE DESEMPENO	10
PA - PARTICIPACIÓN	5
EA - EVALUACIÓN PARCIAL	20
CL - CONTROL DE LECTURA	10
DD - EVAL. DE DESEMPENO	10
PA - PARTICIPACIÓN	5
TF - TRABAJO FINAL	30

VIII. CRONOGRAMA

TIPO DE PRUEBA	DESCRIPCIÓN NOTA	NÚM. DE PRUEBA	FECHA	OBSERVACIÓN	RECUPERABLE
CL	CONTROL DE LECTURA	1	Semana 4	Desarrollo individual del caso propuesto	NO
DD	EVAL. DE DESEMPEÑO	1	Semana 7	Promedio de tareas 1, 2, 3 y 4 en equipo	NO
PA	PARTICIPACIÓN	1	Semana 7	Participación individual del alumno en clase y en las actividades propuestas	NO
EA	EVALUACIÓN PARCIAL	1	Semana 8	Examen escrito/online de los conceptos desarrollados en clase	SÍ
CL	CONTROL DE LECTURA	2	Semana 11	Desarrollo individual de la lectura propuesta.	NO
DD	EVAL. DE DESEMPEÑO	2	Semana 15	Promedio de tareas 5, 6 y 7 en equipo	NO
PA	PARTICIPACIÓN	2	Semana 15	Participación individual del alumno en clase y en las actividades propuestas	NO
TF	TRABAJO FINAL	1	Semana 16	Pitch- Exposición grupal de 5 minutos dando a conocer la idea de emprendimiento, beneficios y potencialidad	NO

IX. BIBLIOGRAFÍA DEL CURSO

https://upc.alma.exlibrisgroup.com/leganto/readinglist/lists/6314329730003391?institute=51UPC_INST&auth=LOCAL