



**UNIVERSIDAD NACIONAL
“JOSE FAUSTINO SANCHEZ CARRIÓN”
VICERRECTORADO ACADEMICO**

**FACULTAD DE CIENCIAS ECONOMICAS
CONTABLES Y FINANCIERAS**

ESCUELA PROFESIONAL DE CIENCIAS CONTABLES

**MODALIDAD NO PRESENCIAL
SYLLABUS POR COMPETENCIAS
CURSO:**

EMPRENDIMIENTO E INNOVACION

I. DATOS GENERALES

LÍNEA DE CARRERA	FORMACION GENERAL
SEMESTRE ACADÉMICO	2020-I
CÓDIGO DEL CURSO	306
CREDITO	4
HORAS SEMANALES	Horas Totales 05 Teórica 03 Practicas 02
CICLO DE ESTUDIOS	V
SECCION	A
DOCENTE	Mg. CPCC. LEON JULCA LUIS ALBERTO
CORREO INSTITUCIONAL	lleonj@unjfsc.edu.pe
CELULAR	992-539007



II. DESCRIPCIÓN Y SUMILLA DEL CURSO

PLAN DE ESTUDIOS: 12

LINEA DE CARRERA: FORMACION GENERAL

CODIGO DE LA ASIGNATURA: 306

ASIGNATURA: Emprendimiento e Innovación

PRE-REQUISITO: No tiene

SUMILLA:

La Asignatura se encuentra ubicada en el área de gestión empresarial de la formación profesional. Es de carácter teórico y práctico, tiene como propósito el de formar al estudiante en los procesos de emprendimiento e innovación empresarial, así como sus estrategias, aplicando conocimientos de costo, cadena de suministros, estrategias de precios, marketing, distribución del producto, gestión de la empresa, tecnología de la información, comercio internacional y desarrollo del modelo de negocio.

III. CAPACIDADES AL FINALIZAR EL CURSO

	CAPACIDAD DE LA UNIDAD DIDACTICA	NOMBRE DE LA UNIDAD DIDACTICA	SEMANAS
UNIDAD I	Las empresas exitosas tienen una fuerte orientación al cliente y su compromiso con el emprendimiento e innovación empresarial, explica los conceptos fundamentales de emprendimiento e innovación, teniendo en cuenta su proceso y sus estrategias, con una pasión por entender y satisfacer las necesidades de sus clientes en mercados y metas definidas.	Proceso de Emprendimiento e Innovación empresarial y sus estrategias	1 - 4
UNIDAD II	Las empresas reconocen, que para desarrollar un emprendimiento o idea de negocio interpreta el conocimiento del costo de su producto, la forma de llegar al mercado, utilizando estrategias de precios y una variada publicidad o marketing para tratar de satisfacer a sus clientes ampliamente dispersos y variados en sus necesidades.	Conocimiento de Costos, Cadena de suministros, Estrategias de Precios y Marketing	5 - 8
UNIDAD III	Tomando la importancia del desarrollo de un emprendimiento e innovación en una organización describe las formas y estrategias de distribución de los productos innovadores, la gestión de la empresa y la utilización de las variadas herramientas que nos brinda la tecnología de la información, nos permitirá desarrollar y sostener la innovación en una organización.	Distribución de Productos, gestión de la empresa y tecnología de la información	9 - 12
UNIDAD IV	Toda empresa que desarrolle ideas de negocio innovadores se fija metas e identifica como objetivo hacer llegar su producto al mercado internacional y el diseño y estructura del modelo de negocio empresarial a emprender más adecuado a la organización considerando la rentabilidad y creación de valor de la empresa	Comercio Internacional y desarrollo del modelo de negocio.	13 - 16

IV. INDICADORES DE CAPACIDADES AL FINALIZAR EL CURSO

N°	INDICADORES DE CAPACIDAD AL FINALIZAR EL CURSO
1	Analiza la importancia de la presentación del Syllabus y la evolución el emprendimiento en nuestro país, así como la creación de un plan de negocios a partir del conocimiento del emprendimiento.
2	Identifica las tipos de emprendimientos empresariales que adopte una organización, tomando como base las habilidades del emprendedor y la competencia emprendedora.
3	Evalúa y reconoce como fuente de generación de nuevas ideas innovadoras de negocios a partir de la creatividad e innovación
4	Aplica los planes y estrategias a desarrollar, tomando en cuenta las técnicas a adoptar de acuerdo a las condiciones del entorno de la empresa.
5	Desarrolla nuevos conocimientos del costo de producción y servicio a partir del análisis y sistema de costo a adoptar.
6	Determina que el estudio de mercado es fundamental en el proceso de emprendimiento, a partir del conocimiento del segmento donde colocar nuestro producto o servicio.
7	Evalúa que de la aplicación de una buena estrategia de precios va a depender el consumo de nuestro producto o servicio.
8	Determina que las estrategias y planes de marketing a utilizar depende el logro del emprendimiento.
9	Aplica criterios de identificación de los canales de distribución seleccionando quienes participan y el canal adecuado a partir de decisiones estratégicas a tomar.
10	Fundamenta que la empresa es exitosa a partir de la gestión de nuevos emprendimientos innovadores que lo hagan competitivo en el mercado.
11	Analiza la importancia en los emprendimientos empresariales, la tecnología de la información considerado como una herramienta fundamental de información a sus clientes.
12	Evalúa el rol importante de la redes sociales, en la distribución y marketing de los productos y servicios presentados al cliente, considerando la oportunidad de información
13	Diseña planes de comercio internacional, tomando como base los objetivos propuestos para la comercialización de sus productos innovadores.
14	Aplica el desarrollo de modelos de negocios, tomando en cuenta las propuestas o ideas de negocios innovadores.
15	Identifica los Proyectos innovadores aplicados a emprendimientos, considerando las ventajas ante la competencia.
16	Realiza el proyecto innovador tomando en cuenta los conocimientos adquiridos y el trabajo en equipo para el cumplimiento del proyecto.

V. DESARROLLO DE LAS UNIDADES DIDÁCTICAS

Unidad Didáctica I: Proceso de Emprendimiento e Innovación empresarial y sus estrategias	CAPACIDAD DE LA UNIDAD DIDÁCTICA I: Las empresas exitosas tienen una fuerte orientación al cliente y su compromiso con el emprendimiento e innovación empresarial, explica los conceptos fundamentales de emprendimiento e innovación, teniendo en cuenta su proceso y sus estrategias, con una pasión por entender y satisfacer las necesidades de sus clientes en mercados y metas definidas.					
	Sema na	Contenidos			Estrategia de Enseñanza Virtual	Indicadores de logro de la capacidad
		Conceptual	Procedimental	Actitudinal		
	1	.Presentación del syllabus y análisis e idea de emprendimiento e innovación. Introducción al emprendimiento en el Perú Creación de un Plan de negocio.	Analiza el contenido del Syllabus.. Interpreta la evolución el emprendimiento y la creación de un Plan de negocio.	Aprecia la importancia de conocer la evolución del emprendimiento en nuestro país y la creación de un plan de negocios.	Expositiva (Docente/Alumno) • Uso del Google Meet Debate dirigido (Discusiones) • Foros, Chat Lecturas • Uso de repositorios digitales Lluvia de ideas (Saberes previos) • Foros, Chat	Analiza la importancia de la presentación del Syllabus y la evolución el emprendimiento en nuestro país ,así como la creación de un plan de negocios a partir del conocimiento del emprendimiento..
	2	Concepto de emprendimiento, tipos-. Habilidades del emprendedor y empresario Competencias emprendedoras empresariales	Reconoce el concepto de emprendimiento. Interpreta habilidades del emprendedor y sus competencias emprendedoras	Assume con responsabilidad el significado de emprendimiento y las habilidades que debe poseer un emprendedor y empresario, como también las competencias emprendedoras		Identifica las tipos de emprendimientos empresariales que adopte una organización, tomando como base las habilidades del emprendedor y la competencia emprendedora..
	3	La creatividad e innovación Desarrollo de la creatividad e innovación Sus condiciones y su proceso para propiciar la innovación	Identifica a través de la creatividad e innovación se puedan desarrollar condiciones para nuevas ideas innovadoras. .	Destaca como a través de la creatividad e innovación se puedan generar ideas innovadoras de negocio		Evalúa y reconoce como fuente de generación de nuevas ideas innovadoras de negocios a partir de la creatividad e innovación
	4	Desarrollo de Planes y estrategias de negocios Técnicas creativas para generar emprendimientos e innovaciones	Describe y desarrolla Planes y estrategias de negocios, como técnicas para nuevos emprendimientos	Valora y se motiva para generar planes yestrategias de negocio así como las técnicas de nuevas ideas de negocios o emprendimientos.		Aplica los planes y estrategias a desarrollar, tomando en cuenta las técnicas a adoptar de acuerdo a las condiciones del entorno de la empresa
EVALUACIÓN DE LA UNIDAD DIDÁCTICA						
EVIDENCIA DE CONOCIMIENTOS			EVIDENCIA DE PRODUCTO		EVIDENCIA DE DESEMPEÑO	
<ul style="list-style-type: none"> Estudio de Casos Cuestionarios 			<ul style="list-style-type: none"> Trabajos individuales. Soluciones a ejercicios propuestos 		<ul style="list-style-type: none"> Comportamiento en clase virtual y chat 	

UNIDAD II: Conocimiento de Costos, Cadena de suministros, Estrategias de Precios y Marketing	CAPACIDAD DE LA UNIDAD DIDÁCTICA II: Las empresas reconocen, que para desarrollar un emprendimiento o idea de negocio interpreta el conocimiento del costo de su producto, la forma de llegar al mercado, utilizando estrategias de precios y una variada publicidad o marketing para tratar de satisfacer a sus clientes ampliamente dispersos y variados en sus necesidades.					
	Seman a	Contenidos			Estrategia de Enseñanza Virtual	Indicadores de logro de la capacidad
		Conceptual	Procedimental	Actitudinal		
	5	Proceso productivo y análisis de costo, costos de producción y de servicios Sistema de costos de producción	Define el proceso productivo el análisis de costo del producto o servicio Reconoce las sistemas de costos de producción.	Aprecia la importancia del conocimiento del proceso productivo y análisis de costo del producto o servicio.	Expositiva (Docente/Alumno) <ul style="list-style-type: none">• Uso del Google Meet Debate dirigido (Discusiones) <ul style="list-style-type: none">• Foros, Chat Lecturas <ul style="list-style-type: none">• Uso de repositorios digitales Lluvia de ideas (Saberes previos) <ul style="list-style-type: none">• Foros, Chat 	Desarrolla nuevos conocimientos del costo de producción y servicio a partir del análisis y sistema de costo a adoptar.
	6	Estudio de mercados y sus tipos. Segmentación de mercado y tipos de segmentación	Determina que el estudio de mercado, influye en el éxito del emprendimiento y el segmento de mercado a donde se dirige el producto	Valora la importancia del estudio de mercado para el éxito del emprendimiento innovador		Determina que el estudio de mercado es fundamental en el proceso de emprendimiento, a partir del conocimiento del segmento donde colocar nuestro producto o servicio.
	7	Definición de estrategias de precios de productos	Identifica y define las estrategias de precios a tomar para la aceptación del producto o servicio a disposición de nuestros clientes.	Assume que las estrategias de precios a aplicar depende la rápida aceptación de los clientes.		Evalúa que de la aplicación de una buena estrategias de precios va a depender el consumo de nuestro producto o servicio.
	8	Estrategias de marketing Plan de Marketing Las 5 fuerzas de Porter	Determina las estrategias y planes de marketing a seguir para el éxito de nuestro emprendimiento	Valora las estrategias y planes de marketing a desarrollar en equipo		Determina que las estrategias y planes de marketing a utilizar depende el logro del emprendimiento.
	EVALUACIÓN DE LA UNIDAD DIDÁCTICA					
	EVIDENCIA DE CONOCIMIENTOS		EVIDENCIA DE PRODUCTO		EVIDENCIA DE DESEMPEÑO	
	<ul style="list-style-type: none">• Estudio de Casos• Cuestionarios.		<ul style="list-style-type: none">• Trabajos individuales.• Soluciones a ejercicios propuestos		<ul style="list-style-type: none">• Comportamiento en clase virtual y chat	

UNIDAD III: Distribución de Productos, gestión de la empresa y tecnología de la información	CAPACIDAD DE LA UNIDAD DIDÁCTICA III: Tomando la importancia del desarrollo de un emprendimiento e innovación en una organización describe las formas y estrategias de distribución de los productos innovadores, la gestión de la empresa y la utilización de las variadas herramientas que nos brinda la tecnología de la información, nos permitirá desarrollar y sostener la innovación en una organización.					
	Semana	Contenidos			Estrategia de Enseñanza Virtual	Indicadores de logro de la capacidad
		Conceptual	Procedimental	Actitudinal		
	9	Canales de distribución de productos Quienes participan en la distribución Decisiones estratégicas de un canal	Identifica los canales de distribución de productos innovadores, quienes participan y las decisiones estratégicas de un canal de distribución	Aprecia que a través de los canales de distribución se llegue a los clientes en forma oportuna y eficaz	Expositiva (Docente/Alumno) <ul style="list-style-type: none"> • Uso del Google Meet Debate dirigido (Discusiones) <ul style="list-style-type: none"> • Foros, Chat Lecturas <ul style="list-style-type: none"> • Uso de repositorio digital • Lluvia de ideas • Saberes previos • Foros, chat 	Aplica criterios de identificación de los canales de distribución seleccionando quienes participan y el canal adecuado a partir de decisiones estratégicas a tomar.
	10	Gestión de la empresa en proyectos de emprendimientos e innovación	Elabora y gestiona proyectos de emprendimientos e innovación y ser competitivo en el mercado	Establece que si la empresa no gestiona nuevos proyectos de emprendimientos e innovación no será competencia en el mercado..		Fundamenta que la empresa es exitosa a partir de la gestión de nuevos emprendimientos innovadores que lo hagan competitivo en el mercado.
	11	La tecnología de la información en los emprendimientos e innovación, su importancia	Aplica la tecnología de la información seleccionando la adecuada según la necesidad del emprendimiento e innovación	Valora las Tics en los proyectos de negocios que hacen que sea más dinámico la información a los clientes.		Analiza la importancia en los emprendimientos empresariales la tecnología de la información considerado como una herramienta fundamental de información a sus clientes.
	12	Rol de las redes sociales en la distribución y marketing de productos y servicios innovadores.	Determina el rol que desempeña las redes sociales en la distribución y marketing de productos y servicios al cliente	Aprecia el rol que desempeñan las redes sociales en un proyecto de emprendimiento..		Evalúa el rol importante de la redes sociales, en la distribución y marketing de los productos y servicios presentados al cliente, considerando la oportunidad de información
	EVALUACIÓN DE LA UNIDAD DIDÁCTICA					
	EVIDENCIA DE CONOCIMIENTO		EVIDENCIA DE PRODUCTO		EVIDENCIA DE DESEMPEÑO	
	<ul style="list-style-type: none"> • Estudio de Casos • Cuestionarios. 		<ul style="list-style-type: none"> • Trabajos individuales. • Soluciones a ejercicios propuestos 		<ul style="list-style-type: none"> • Comportamiento en clase virtual y chat 	

UNIDAD IV: Comercio Internacional y desarrollo del modelo de negocio	CAPACIDAD DE LA UNIDAD DIDÁCTICA IV: Toda empresa que desarrolle ideas de negocio innovadores se fija metas e identifica como objetivo hacer llegar su producto al mercado internacional y el diseño y estructura del modelo de negocio empresarial a emprender más adecuado a la organización considerando la rentabilidad y creación de valor de la empresa					
	Semana	Contenidos			Estrategia de Enseñanza Virtual	Indicadores de logro de la capacidad
		Conceptual	Procedimental	Actitudinal		
	13	Comercio Internacional de comercialización de productos innovadores	Identifica al comercio internacional como un objetivo fundamental para la comercialización de los productos innovadores	Valora al comercio internacional como el objetivo de toda empresa competitiva	Expositiva (Docente/Alumno) <ul style="list-style-type: none"> • Uso del Google Meet Debate dirigido (Discusiones) <ul style="list-style-type: none"> • Foros, Chat Lecturas <ul style="list-style-type: none"> • Uso de repositorios digitales Lluvia de ideas (Saberes previos) <ul style="list-style-type: none"> • Foros, Chat 	Diseña planes de comercio internacional, tomando como base los objetivos propuestos para la comercialización de sus productos innovadores.
	14	Desarrollo de Modelos de negocios. Implementación de una propuesta innovadora	Define el desarrollo de modelos de negocios y la implementación de propuestas innovadoras.	Establece la importancia del desarrollo de modelos de negocios así como la implementación de propuestas innovadoras.		Aplica el desarrollo de modelos de negocios, tomando en cuenta las propuestas o ideas de negocios innovadores
	15	Proyectos Innovadores aplicados a emprendimientos.	Analiza y propone proyectos Innovadores aplicados a emprendimientos con ventajas competitivas	Destaca que los proyectos innovadores aplicados a emprendimientos son las que mejor ventajas competitivas obtienen.		Identifica los Proyectos innovadores aplicados a emprendimientos, considerando las ventajas ante la competencia.
	16	Presentación de un proyecto innovador por grupos de alumnos.	Aplica los conocimientos desarrollado en clases para presentar un proyecto innovador en grupos de trabajo.	Valora los conocimientos recibidos y el trabajo en equipo al desarrollar el proyecto		Realiza el proyecto innovador tomando en cuenta los conocimientos adquiridos y el trabajo en equipo para el cumplimiento del proyecto.
EVALUACIÓN DE LA UNIDAD DIDÁCTICA						
EVIDENCIA DE CONOCIMIENTOS			EVIDENCIA DE PRODUCTO		EVIDENCIA DE DESEMPEÑO	
<ul style="list-style-type: none"> • Estudio de Casos • Cuestionarios. 			<ul style="list-style-type: none"> • Trabajos individuales. • Soluciones a ejercicios propuestos 		<ul style="list-style-type: none"> • Comportamiento en clase virtual y chat 	

VI. MATERIALES EDUCATIVOS Y OTROS RECURSOS DIDÁCTICOS

Se utilizarán todos los materiales y recursos requeridos de acuerdo a la naturaleza de los temas programados. Básicamente serán:

1. MEDIOS Y PLATAFORMAS VIRTUALES

- Casos prácticos
- Pizarra interactiva
- Google Meet
- Repositorios de datos

2. MEDIOS INFORMATICOS:

- Computadora
- Tablet
- Celulares
- Internet

VII. EVALUACIÓN

La Evaluación es inherente al proceso de enseñanza aprendizaje y será continua y permanente. Los criterios de evaluación son de conocimiento, de desempeño y de producto.

1. Evidencias de Conocimiento.

La Evaluación será a través de pruebas escritas y orales para el análisis y autoevaluación. En cuanto al primer caso, medir la competencia a nivel interpretativo, argumentativo y propositivo, para ello debemos ver como identifica (describe, ejemplifica, relaciona, reconoce, explica, etc.); y la forma en que argumenta (plantea una afirmación, describe las refutaciones en contra de dicha afirmación, expone sus argumentos contra las refutaciones y llega a conclusiones) y la forma en que propone a través de establecer estrategias, valoraciones, generalizaciones, formulación de hipótesis, respuesta a situaciones, etc.

En cuanto a la autoevaluación permite que el estudiante reconozca sus debilidades y fortalezas para corregir o mejorar.

Las evaluaciones de este nivel serán de respuestas simples y otras con preguntas abiertas para su argumentación.

2. Evidencia de Desempeño.

Esta evidencia pone en acción recursos cognitivos, recursos procedimentales y recursos afectivos; todo ello en una integración que evidencia un saber hacer reflexivo; en tanto, se puede verbalizar lo que se hace, fundamentar teóricamente la práctica y evidenciar un pensamiento estratégico, dado en la observación en torno a cómo se actúa en situaciones impredecibles.

La evaluación de desempeño se evalúa ponderando como el estudiante se hace investigador aplicando los procedimientos y técnicas en el desarrollo de las clases a través de su asistencia y participación asertiva.

3. Evidencia de Producto.

Están implicadas en las finalidades de la competencia, por tanto, no es simplemente la entrega del producto, sino que tiene que ver con el campo de acción y los requerimientos del contexto de aplicación.

La evaluación de producto de evidencia en la entrega oportuna de sus trabajos parciales y el trabajo final.

Además, se tendrá en cuenta la asistencia como componente del desempeño, el 30% de inasistencia inhabilita el derecho a la evaluación.

VARIABLES	PONDERACIONES	UNIDADES DIDÁCTICAS DENOMINADAS MÓDULOS
Evaluación de Conocimiento	30 %	El ciclo académico comprende 4
Evaluación de Producto	35%	
Evaluación de Desempeño	35 %	

Siendo el promedio final (PF), el promedio simple de los promedios ponderados de cada módulo (PM1, PM2, PM3, PM4)

$$PF = \frac{PM1 + PM2 + PM3 + PM4}{4}$$

VIII. BIBLIOGRAFÍA

FUENTES BIBLIOGRÁFICAS

- ✓ Salinas, J. (2013) Empresa e Iniciativa Emprendedora, España: Editorial Mc Graw Hill
- ✓ Luna, Neyra, M.A. (2013). Investigación de Mercados, Huacho: Lunagraf E.I.R.L.
- ✓ García, Fernando (2012). Innovación. Asociación colombiana de facultades de Ingeniería. Colombia.


FUENTES ELECTRÓNICAS

- ✓ http://www.nuevagaia.com/ebooks/El_Monje_que_vendio_su_Ferrari_x_Robin_Sharma.pdf
- ✓ <https://www.pqs.pe/sites/default/files/archivos/2015/aprende-mas/06/sbello/mitos-emprendedores.pdf>
- ✓ [Libro Virtual Diseño del futuro https://www.extendidos.com/wp-content/uploads/2020/06/Dise%C3%B1odeFuturos-ExplorandoFuturos.pdf](https://www.extendidos.com/wp-content/uploads/2020/06/Dise%C3%B1odeFuturos-ExplorandoFuturos.pdf)
- ✓ <https://www.extendidos.com/wp-content/uploads/2020/06/Explorando-Futuros.pdf>
- ✓ <https://www.facebook.com/100000060675520/posts/4284190661592914/?sfnsn=mo&d=n&vh=e>
- ✓ <https://es.slideshare.net/martingustavo1/eld2015>
- ✓ <https://es.slideshare.net/mariomorales/los-5-retos-ms-comunes-de-innovacin-ebook>
- ✓ <http://www.cem-malaga.es/portalcem/novedades/2010/Gu%C3%ADa%20CEM%20Innovaci%C3%B3n%20PYMES.pdf>
- ✓ http://www.wipo.int/edocs/pubdocs/en/wipo_pub_gii_2016.pdf
- ✓ <https://www.leadersummarries.com/>

Huacho, Junio del 2020.



*Universidad Nacional
"José Faustino Sánchez Carrión"*


C.P.C. Luis A. León Julca
MAT. 35710

Mg. León Julca, Luis Alberto
Código: AIRSHP 000728