



UNIVERSIDAD NACIONAL DEL CALLAO
FACULTAD DE INGENIERIA INDUSTRIAL Y DE SISTEMAS
Departamentos Académico de Ingeniería Industrial

SILABO

EMPRENDEDURISMO E INNOVACIÓN

I. DATOS GENERALES

1.1	Asignatura:	Emprendedurismo e Innovación
1.2	Semestre Académico:	2022-B
1.3	Duración:	16 semanas
1.4	Ciclo:	10
1.5	Código:	II-505
1.6	Créditos:	3

II. SUMILLA

La asignatura pertenece al área curricular de formación general, es teórico – práctica y tiene el propósito de reconocer y desarrollar el potencial emprendedor, mediante el planeamiento, organización y realización de actividades innovadoras y creativas; y que al mismo tiempo lo alienten a adoptar la concepción emprendedora de vida.

COMPETENCIAS Competencia General:

Identifica y Analiza el impacto de un cambio en las variables sobre la demanda y oferta, así como en el equilibrio d mercado, utilizando los modelos microeconómicos de demanda y oferta, reconociendo su importancia en la comprensión del comportamiento individual de los agentes económicos.

Competencias de la asignatura:

- Identifica su perfil personal considerando las características emprendedoras personales como fundamento para formular su Plan de Vida
 - Aplica técnicas creativas para el desarrollo de una iniciativa emprendedora, considerando las variables del mercado.
 - Reconoce experiencias exitosas de emprendimiento en el Perú, tomando en contexto económico, social y empresarial.
 - Evalúa diversas experiencias exitosas e iniciativas empresariales universitarias de la universidad, considerando su contribución al desarrollo del país y formación profesional

III. PROGRAMACIÓN POR UNIDADES DE APRENDIZAJE

Unidad N°1: LA ACTITUD EMPRENDEDORA, PERFIL DEL EMPRENDEDOR, HABILIDADES Y COMPETENCIAS				
Duración: 8 semanas				
PROGRAMACIÓN DE CONTENIDOS				
SEM	CONTENIDO CONCEPTUAL	CONTENIDO PROCEDIMENTAL	CONTENIDO ACTITUDINAL	INDICADORES de Evaluación

1	<ul style="list-style-type: none"> • Historia del emprendimiento en el Perú. • La informalidad y la actitud emprendedora a partir de los 70. 	Analiza el desarrollo histórico del emprendimiento en el Perú participando de un foro de debat	Valora la utilidad del contenido.	Foro Debate.
2	<ul style="list-style-type: none"> • Características, habilidades y competencias emprendedora 	Identifica las características, habilidades y competencias emprendedoras y su importancia en la empleabilidad.	Relaciona las características, habilidades y competencias emprendedoras con la elaboración de su plan de trabajo grupal	Foro Debate
3	Matriz FODA personal	Identifica y sustenta los aspectos fundamentales de su análisis FODA para la elaboración de su plan de vida grupal	Redacta su plan de vida para los próximos 18 meses Tutoría: Absuelve consultas sobre la elaboración del Plan de Vida..	Foro Debate
4	EXAMEN PARCIAL			

Unidad N°2: : Estructuras de Mercados				
Duración: 3 semanas				
PROGRAMACIÓN DE CONTENIDOS				
SEM	CONTENIDO CONCEPTUAL	CONTENIDO PROCEDIMENTAL	CONTENIDO ACTITUDINAL	INDICADORES
5	<ul style="list-style-type: none"> • Innovación y creatividad y técnicas creativas orientadas al desarrollo del emprendimiento, social, empresarial y familiar 	Evalúa y selecciona las mejores iniciativas emprendedoras aplicando las técnicas creativas de acuerdo a las necesidades de los distritos seleccionados	Aprecia graficar los diferentes tipos de equilibrio de la empresa en competencia perfecta.	Practica
6	<ul style="list-style-type: none"> • Estudio de mercado, segmentación de mercados y los estilos de vida en el Perú 	Aplica el formato de estudio de mercado en función a las necesidades de su localidad y teniendo como base los estilos de vida en el Perú.	Aprecia graficar los diferentes tipos de equilibrio de la empresa en competencia perfecta.	Foro Debate

8	<ul style="list-style-type: none"> Estudio de mercado, segmentación de mercados y los estilos de vida en el Perú 	Comprende y aplica el flujograma de proceso productivo a su idea emprendedora.	Lee y analiza el siguiente caso empresarial https://plusempresarial.com/anypsala-historia-de-nemecio-torvisco-y-el-color-del-exito	Foro Debate
---	---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------	--------------------------------------------------------------------------------	-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------	-------------

Unidad N° 3: EXPERIENCIAS EXITOSAS DE EMPRENDIMIENTO EN EL PERÚ				
Duración: 6 semanas				
PROGRAMACIÓN DE CONTENIDOS				
SEM	CONTENIDO CONCEPTUAL	CONTENIDO PROCEDIMENTAL	CONTENIDO ACTITUDINAL	INDICADORES
12	<ul style="list-style-type: none"> El proceso productivo - flujograma. Caso Anypsa, la historia de Nemesio Torvisco y el color del éxito. 	Comprende y aplica el flujograma de proceso productivo a su idea emprendedora.	Deduce y estructura la estrategia de las 5 Ps del marketing para su iniciativa emprendedora.	Foro Debate
13	<ul style="list-style-type: none"> Deduce y estructura la estrategia de las 5 Ps del marketing para su iniciativa emprendedora. 	Mediante la incorporación del resto de mundo, analiza su impacto en los mercados.	Aplica y sustenta la matriz de las tres "B" a su iniciativa emprendedora.	Foro Debate
14	<ul style="list-style-type: none"> Mercado de exportables. Mercado de importables. 	A partir de material audiovisual identifica los diferentes tipos de mercados exportables e importables	Valora conocer clasificación de bienes exportables e importables	Foro Debate
15	<ul style="list-style-type: none"> nnovación para el cambio, matriz 4 acciones eliminar, reducir, incrementar y crear 	Aplica y sustenta la matriz de las 4 acciones a su iniciativa emprendedora seleccionad	Critica la presencia externalidades.	Foro Debate
16	EXAMEN FINAL			
17				

IV. ESTRATEGIAS METODOLÓGICAS

1. Estrategia didáctica:
 - a. Exposición
 - b. Aprendizaje colaborativo
 - c. Pregunta
 - d. Debate y discusión
 - e. Contrato de aprendizaje

2. Estrategia de transferencia:
 - a. Análisis o comparación de teorías.
 - b. Trabajo individual y grupal.
 - c. Debate de problemas concretos.
 - d. Resolución individual de ejercicios y problemas.

3. Estrategia participativa de grupo:
 - a. Inicio: Aclarar objetivos, usar analogías y lluvia de ideas.
 - b. Desarrollo: Usar evidencia empírica que integre el aprendizaje total, estimular la reflexión crítica.
 - c. Cierre: Motivar a hacer y responder preguntas, ofrecer soluciones múltiples, o hacer resumen.

V. MATERIALES EDUCATIVOS Y OTROS RECURSOS DIDÁCTICOS:

Los materiales y recursos didácticos que se utilizan en el desarrollo de la asignatura son:

MEDIOS INFORMÁTICOS	MATERIALES EDUCATIVOS IMPRESOS	MATERIALES DIGITALES
a. Computadora b. Retroproyector c. Multimedia d. Internet e. Correo electrónico	a. Libros de texto. b. Separatas c. Artículos científicos	a. Texto digital b. Videos c. Imágenes d. Tutoriales e. Página web f. Laboratorio virtual. g. Diapositivas

VI. EVALUACIÓN

ASPECTOS	CRITERIOS	INSTRUMENTOS
CONCEPTUALES	Asimila y apropia definiciones, conceptos, símbolos, etc. para identificar los aspectos y fundamentos de los modelos de demanda y oferta.	1.- Prueba objetiva de respuesta combinada 2.- Mapa conceptual 3.- Prueba escrita. 4.- Técnica del Fichaje
PROCEDIMENTALES	Sabe cómo graficar y determinar la demanda y oferta de una manera empírica.	1.- Análisis de los problemas y ejercicios realizados en los exámenes. 2.- Observación directa de trabajos en aula.

		3.- Análisis de estudios de casos. 4.- Prácticas dirigida y calificada. 5. Uso de fichas durante el proceso de enseñanza aprendizaje.
ACTITUDINALES	Valora la utilidad de los modelos de oferta y demanda para interpretar las situaciones de la vida cotidiana en los mercado de los diferentes productos.	1.- Registro de anécdotas, incidentes o sucesos interesantes. 2.- Evaluación participativa del grupo. 3.- Observar cambios de conducta.

Promedio de Nota Final

EVALUACIONES	PESOS Y COEFICIENTES
Examen Parcial (EP)	30%
Examen Final (EF)	30%
Participación en Clase y Actitud (P.A)	20%
Investigación Formativa (IF)	20%

$$NF = 0.30EP + 0.30EF + 0.20PA + 0.20IF$$

VII. BIBLIOGRAFÍA

- Arellano, R (2010). Al medio hay sitio. Lima: Planeta
- Arellano, R. (2007). Bueno, Bonito y Barato. Lima: Planeta.
- Branden, N. (1999). Los seis pilares de la autoestima. (9ª ed.). Buenos Aires: Ed. Paidós.
- Chan, W, (2005) La Estrategia del Océano Azul. España: Ed. Norma
- De Bono, E. (1998). Pensamiento Lateral, Buenos Aires: Editorial Paidós.
- De Bono, E. (1999). Seis Sombreros para pensar. Buenos Aires: Editorial Paidós.
- Loayza, B. (2014) La Guía de los Emprendedores. Lima. Perú: Global Partners S.A.C.
- Sánchez C. (1995). El plan de negocios del emprendedor. México: Editorial Mc. Graw Hill