



SÍLABO DEL CURSO
INNOVACION TECNOLOGICA Y
EMPRENDIMIENTO

1 DATOS GENERALES

1.1	Facultad	: Ingeniería
1.2	Carrera Profesional	: Ingeniería de Sistemas
1.3	Departamento	: Ingeniería de Sistemas
1.4	Tipo de curso	: Obligatorio
1.5	Requisitos	: Dirección y Gestión Empresarial
1.6	Ciclo de Estudios	: 7
1.7	Duración del curso	: 17 semanas
	Inicio	: 22 de agosto del 2011
	Término	: 17 de diciembre del 2011
1.8	Extensión horaria	: 3 horas semanales (3 horas de teoría)
1.9	Créditos	: 3
1.10	Período lectivo	: 2011 – 2
1.11	Docente	: Ing ^o Alberto Mendoza de los Santos, Dr. alberto.mendoza@upnorte.edu.pe

2 FUNDAMENTACIÓN

El propósito de éste curso es que los alumnos puedan crear un Plan de Negocio y tener las aptitudes, conocimientos para crear una empresa de base tecnológica generando en ellos una actitud emprendedora. Dicha empresa deberá enfocarse a nichos de mercado identificados en el curso, creando soluciones innovadoras. (Productos de Software o Software como Servicio SaaS).

3 COMPETENCIA

Los alumnos al terminar el curso, trabajando individualmente y en grupo, serán capaces de conocer las características de una iniciativa emprendedora y tener las competencias necesarias para iniciar un negocio o empresa de base tecnológica.

4 OBJETIVOS ESPECÍFICOS DEL CURSO

- OC1. Proponer y desarrollar un Plan de Negocios para dar inicio a una empresa de base tecnológica.
- OC2. Desarrollar en el alumno las habilidades requeridas para realizar un estudio de mercado que le permita identificar nichos de mercado.
- OC3. Desarrollar en el alumno habilidades para la innovación de productos.
- OC4. Evaluar los pasos requeridos para formalizar la creación de su empresa.

5 CONTENIDOS CONCEPTUALES

- Innovación
- Emprendimiento
- Plan de Negocios
- Plan de Marketing
- Plan Financiero

6 CONTENIDOS PROCEDIMENTALES

- Reconocer la diferencia entre innovación y emprendimiento
- Crear ideas innovadoras para formación de empresas de base tecnológica en nichos de mercado orientados a la realidad regional y nacional.
- Utilizar técnicas de investigación de mercados.
- Realizar plan de marketing

- Realizar plan financiero
- Realizar Plan de Negocios

7 CONTENIDOS ACTITUDINALES

- Analítica.
- Emprendedorismo.
- Capacidad de innovar
- Creatividad.
- Crítica.
- Autocrítica.
- Trabajo en equipo.

8 METODOLOGÍA GENERAL DEL CURSO

- El curso se desarrolla mediante la discusión de conceptos de innovación, emprendedorismo. Se les brindará las técnicas para la investigación de mercados y desarrollarán cada una de las partes de un plan de Negocios.
- Intervenciones en clase, como medio para que el alumno aplique e investigue los conocimientos recibidos en el desarrollo de la misma.
- Se aplicarán prácticas calificadas, pruebas individuales en clase, como medio para que el alumno aplique los conocimientos recibidos en el desarrollo de la misma, como entrenamiento para el examen y como medio para ir midiendo sus logros académicos de manera continua.
- Taller grupal evaluado en clase, donde los estudiantes descubrirán y construirán sus propios conocimientos. El docente cumplirá una labor de facilitador y guía, con los alumnos para delinear mejor su proceso de aprendizaje.
- Desarrollo y Exposición de trabajos, como medio para que los alumnos apliquen los conocimientos recibidos en clase, y encuentren la madurez para aplicar estos conocimientos a un caso real. En estos trabajos recibirán la asesoría y guía del docente.

9 PROGRAMACIÓN

UNIDAD	SEMANA	TEMAS
UNIDAD 1: Introducción a la Auditoría de Sistemas	1	Introducción al Curso La innovación, definición, tipos y el proceso de la Innovación. Emprendimiento. Cultura Emprendedora. El emprendimiento Global. El Emprendimiento en Perú. Casos de éxito peruanos.
	2	Definición de Ideas de Negocio Taller para la Definición de Ideas de Negocio
UNIDAD 2 : Formación de Ideas de negocio y Competitividad basada en TIC's	3	Las TIC's como instrumento de apoyo a la Competitividad. Adopción de TIC's para posibilitar la innovación
	4	El Plan de Negocio: Filosofía: Visión, misión, objetivos y metas, Matriz MEFE, MEFI y FODA.
	5	T1 Exposición de Ideas de Negocio
UNIDAD 3 : Plan de Negocio y Marketing	6	Investigación de Mercados: Conceptos, Tamaño de la Muestra, diseño de encuestas, cuestionarios
	7	Estrategias de Mercadeo: Mercado meta, posicionamiento, diferenciación, producto, servicio, plaza, promoción, precio,
	8	EXAMEN PARCIAL
	9	El Proceso de Formación de Empresas
Unidad 4: Planes de RRHH, Operaciones	10	Plan de Recursos Humanos: Talento Humano y políticas de gestión.
	11	Plan de Operaciones
	12	T2 Exposición Planes de Marketing
	13	Presupuesto Inicial del Negocio
	14	Flujo de Caja y el Plan Financiero
	15	Sustentación de Avance del Proyecto de Aplicación (T3).
	16	EXAMEN FINAL
	17	EXAMEN SUSTITUTORIO

10 SISTEMA DE EVALUACIÓN DEL CURSO

El cronograma de la evaluación continua del curso es el siguiente:

ESPECIFICACIÓN DE TRABAJOS DEL CURSO		
T	Descripción	Semana
T1	Evaluación del primer avance del trabajo grupal.	5
T2	Promedio de Talleres Grupales, Casos prácticos, exposiciones	12
T3	Exposición y Defensa del Trabajo Aplicativo Grupal Final. Revisión de Informe Final. Presentación de Aplicaciones.	15

El peso de cada T es:

EVALUACIÓN	PESO (%)	ESCALA VIGESIMAL
T01	20	2,4
T02	35	4,2
T03	45	5,4
TOTAL	100%	12,0

Los pesos ponderados de las clases de evaluación son los siguientes:

EVALUACIÓN	PESO (%)	ESCALA VIGESIMAL
PARCIAL	20	4
CONTINUA	60	12
FINAL	20	4
TOTAL	100%	20

La Evaluación Sustitutoria evalúa toda la temática desarrollada en el semestre y se rinde la semana consecutiva al término de los exámenes finales y su nota reemplazará, necesariamente, a la nota de un Examen (Parcial o Final) o a la nota de un T (Evaluación Continua), de tal manera que el resultado final sea favorable al alumno.

11 BIBLIOGRAFÍA OBLIGATORIA

N°	CÓDIGO	AUTOR	TÍTULO
1	658.022 LOPE	Nuria López Mielgo, José Montes Peón y Camilo Vásquez Ord	Como gestionar la innovación en las Pymes
2	658.4063 S17	José María Sainz de Vicuña Ancín	Innovar con éxito
3	658 S385	Peter Senge	La Quinta Disciplina en la Práctica.
4	658.409/H22	Hardvard Business Review	Iniciativa Emprendedora
5	658.3 D32	Davenport, Thomas	Capital humano : creando ventajas competitivas a través de las personas
6	005.3068 CUSU	Michael A. Cusumano	The Business of Software

12 BIBLIOGRAFÍA COMPLEMENTARIA

N°	CÓDIGO	AUTOR	TÍTULO
7	Biblioteca EBSCO	Ditkoff, Mitch	Culture of Innovation.
8	658.02 L944	Shu Shin Luh	Innovar al estilo SONY: Conozca sus secretos
9	658.835 E7	Gupta, Vivek	El estilo FedEx : claves para obtener ventaja competitiva
10	659.143 G66	Goldman, Robert y Papson Stephen	La cultura Nike : el signo del swoosh

DIRECCIONES DE INTERNET:

<http://www.gemconsortium.org/> Global Entrepreneurship Monitor, Portal de monitoreo global de emprendedorismo. Contiene información de los niveles de emprendedorismo en 59 países del mundo.

Y, material brindado por el profesor:
Lecturas, Laboratorios, Ejemplo de proyectos y Material teórico.