

SÍLABO TALLER DE CREATIVIDAD EMPRESARIAL

ÁREA CURRICULAR: GESTIÓN

I. DATOS GENERALES

1.1	Departamento Académico	: Ingeniería y Arquitectura
1.2	Semestre Académico	: 2019 - II
1.3	Código de la asignatura	: 090608E1040
1.4	Ciclo	: Electivo
1.5	Créditos	: 04
1.6	Horas semanales totales	: 07
	Horas lectivas (Total, Teoría, Práctica)	: 05 (T=3, P=2, L=0)
	Horas de trabajo independiente	: 02
1.7	Requisito(s)	: 09112107050 Taller de Proyectos
1.8	Condición del Curso	: Electivo de especialidad
1.9	Docente	: Dr.Carlos Wong Rivera

II. SUMILLA

El curso-taller es eminentemente práctico y aborda temas relacionados con la creación de una empresa, desde la concepción de la idea original, el diseño y tangibilización del producto o servicio, la financiación, su lanzamiento y el soporte. Mediante la formación de equipos de trabajo se desarrolla una idea a detalle y se formulan dos proyectos comerciales para obtener financiación privada, el mismo que es expuesto. Se realizan debates sobre lecturas seleccionadas, así como exposiciones individuales en público para desarrollar o mejorar las capacidades expositivas de planes de negocios dirigidos a captar inversionista/o financiación. Se enfatiza el proceso creativo que subyace a la concepción de nuevos productos y los supuestos que anclan un producto o servicio al mercado.

El curso se desarrolla mediante las unidades de aprendizaje siguientes:

I. De la Idea al Producto. II. Prototipos. III. Iniciativa Empresarial. IV. Competencias Laborales.

III. COMPETENCIAS Y SUS COMPONENTES COMPRENDIDOS EN LA ASIGNATURA

3.1 Competencias

- Aplica conocimientos de computación y matemáticas apropiadas para los resultados del estudiante y las disciplinas enseñadas.
- Analiza un problema e identifica y define los requerimientos apropiados para su solución.
- Trabaja con efectividad en equipos para lograr una meta común.
- Comprende los aspectos y las responsabilidades profesional, ética, legal, de seguridad y social.
- Se comunica con efectividad con un rango de audiencias.
- Analiza el impacto local y global de la computación en los individuos, organizaciones y la sociedad.
- Reconoce la necesidad y tiene la habilidad para comprometerse a un continuo desarrollo profesional.

3.2 Componentes

• Capacidades

Explica el proceso lógico de Creatividad para aplicarlo siguiendo un Modelo de Proyecto de Inversión y utiliza todos los medios disponibles para llevarlo a la práctica en forma exitosa.

Identifica cuales son los factores de éxito a considerar para transformar una idea en Productos y/o Servicios que los hagan valiosos dentro del Mercado Global

Verifica y Planifica todo el Proceso de Creatividad...desde la concepción de una idea, Identificación del Mercado, Posicionamiento, posibles fuentes de financiamiento hasta llevarlo a la práctica y hacer el seguimiento que lo haga alcanzar el éxito.

Planifica confeccionando todos los planes necesarios: Operativo, RRHH, financiamiento, otros, inclusive, planes de contingencia analizando el Mercado y las oportunidades que brinda para producir y tener éxito en el Proyecto.

- **Contenidos actitudinales**

Valora la importancia de la identificación del mercado, del producto y del servicio a implementar aplicando todos los conocimientos de TI adquiridos. Para que sea una propuesta valiosa en los mercados competitivos.

Participa y expone el avance de su proyecto de creatividad-inversión fin de que todos los participantes aporten en forma recíproca el éxito del proyecto.

Comparte Metodologías, datos, casuística y trabajos de campo justificando las probabilidades de éxito del producto- servicio a implementar.

Expresa conjeturas al avance del proyecto, aprovechando todos los medios disponibles y potencialidades aminorar los riesgos de la inversión.

IV. PROGRAMACION DE CONTENIDOS

UNIDAD I: DE LA IDEA DEL PRODUCTO					
CAPACIDAD: Explica como una idea puede convertirse en un producto con viabilidad comercial. Describe diferentes procesos creativos para hacer proyectos de inversión.					
SEMANA	CONTENIDOS CONCEPTUALES	CONTENIDOS PROCEDIMENTALES	ACTIVIDAD DE APRENDIZAJE	L	T. I
1	1. Ideas del entorno 2. Problemas -necesidades 3. Actores generadores de ideas 4. Investigación y desarrollo 5. El entorno: clientes-competencia 6. El diseño concurrente	<ul style="list-style-type: none"> Identifica los métodos para la generación de ideas, aplicándolos para identificar el producto –servicio a producir. Analiza e identifica los problemas y necesidades, los actores concurrentes. Desarrolla el diseño concurrente conforme a los métodos de investigación y desarrollo. 	Lectivas (L): <ul style="list-style-type: none"> Introducción al tema 1h Desarrollo del tema 1h Aplicación de métodos 3H 	05	02
	Formación de equipos de trabajo, planeamiento estratégico, Contexto próximo-contexto remoto	<ul style="list-style-type: none"> Expone las lecturas preseleccionadas y formula los planes estratégicos a aplicar. Analizando el entorno directo y el macro entorno. 	De trabajo Independiente (T.I): <ul style="list-style-type: none"> Exposición de Temas Aplicación y critica 2H 		
2	1. Análisis de restricciones. 2. Acciones estratégicas. 3. Asignación de recursos	<ul style="list-style-type: none"> Establece los riesgos y amenazas el proyecto de Inversión. Planifica y formula planes considerando todos los escenarios posibles. Formula cuadros de presupuesto, para una mejor asignación de los recursos... 	<ul style="list-style-type: none"> Formulación de riesgos y amenazas del proyecto 2h Evaluación de Escenarios, explica cuadros de presupuesto 3H 	05	02
	Presentación de Ideas/propuestas por equipos de trabajo, planeamiento estratégico.	<ul style="list-style-type: none"> Identifica los métodos para la generación de ideas, aplicándolos para identificar el producto –servicio a producir. Analiza e identifica los problemas y necesidades, los actores concurrentes. Desarrolla el diseño concurrente conforme a los métodos de investigación y desarrollo. 	<ul style="list-style-type: none"> Practica de métodos cualitativos, cuantitativos, para identificación del mercado, producto y servicio. Explicación de modelos concurrentes, y métodos de investigación utilizados 2H 		
3	1. El diseño conceptual ideas del entorno. 2. Desarrollo de alternativas. 3. Diseños preliminares	<ul style="list-style-type: none"> Explica las variables que influyen en la calidad del producto, estudia la pre factibilidad. Implementa l productos o servicios complementarios. Desarrolla modelos preliminares de productos o servicios, 	<ul style="list-style-type: none"> Explica variables de producto y servicio Diseño de modelos complementarios 2h Considera fortalezas y debilidades 3H 	05	02
	Factor calidad, Factor medio Ambiente, factor Robustez, Pre factibilidad.	<ul style="list-style-type: none"> Expone las lecturas preseleccionadas y formula los planes estratégicos a aplicar. Analizando el entorno directo y el macro entorno. Pre- factibilidad. 	<ul style="list-style-type: none"> Exposición de critica a las lecturas Diseño de planes estratégicos. Análisis del micro entorno 2H 		

UNIDAD II: PROTOTIPOS

CAPACIDAD: Desarrolla el diseño funcional y prototipo como métodos para probar la viabilidad del producto. Investiga las necesidades del mercado aplicando métodos cualitativos y cuantitativos. Cooperar en el diseño funcional y Prototipos del Producto- Servicio.

SEMANA	CONTENIDOS CONCEPTUALES	CONTENIDOS PROCEDIMENTALES	ACTIVIDAD DE APRENDIZAJE	L	T. I
4	1. El diseño funcional. 2. Especificaciones del producto y/o servicio.	<ul style="list-style-type: none"> Planifica y elige y explica e diseño a implementar Detalla las fortalezas y mejora las debilidades del P/S a producir. 	.Formulación de diseños funcionales 2h .Evalúa las fortalezas y debilidades del producto y servicio .Especificaciones del producto y servicio, al detalle 3H	05	02
	El Prototipo como método de pre venta de un Proyecto.	<ul style="list-style-type: none"> Explica las Ventajas y fortalezas del Prototipo aplicando técnicas de pre-venta. 	.Critica a los prototipos. .Evalúa métodos de preventa 2H		
5	1. Diseño de producción 2. Investigación del mercado. 3. Métodos Cualitativo 4. Métodos Cualitativos 5. Identificación del Producto o Servicio a desarrollar.	<ul style="list-style-type: none"> Identifica los pasos en todo el proceso de producción. Analiza e identifica el mercado y su posicionamiento. . Aplica métodos cualitativos y cuantitativos para la identificación del mercado, del producto o servicio a implementar. 	.Introducción, diseño de producción e investigación de mercado.2h .Casuística, métodos cualitativos, métodos cuantitativos. .Identificación de producto o servicio, a desarrollar 3H	05	02
	Análisis del comprador. Análisis de la competencia. Formulación de Decisiones estratégicas. El precio.	<ul style="list-style-type: none"> Analiza al cliente, la competencia con criterio técnico y aplicando el MIX DE MARKETING. Toma Decisiones estratégicas, formulando planes. Establece el Precio de acuerdo a los costos y rendimiento. 	.Practica de Mix de Marketing 4p y 4c. .Evalua las 4p y 4c del marketing 2H		
6	1. El proceso de lanzamiento de nuevos Productos Servicios. 2. Diferencia entre Tangibles e	<ul style="list-style-type: none"> Planificar lo todo el proceso para producir bienes innovadores, que sean valiosos en el mercado. Establece y comprende las virtudes y el valor exponencial de los servicios (intangibles) en el mundo global. Formula planes considerando todos los 	.La innovación como fuente de valor de crecimiento económico exponencial 2h .Casuística de escenarios		02

	Intangibles. 3. Valor agregado. TI.	Escenarios posibles. • Formula cuadros de presupuesto, para implementar su proyecto de creatividad-Inversión con alto valor agregado aprovechando la tecnología.	posibles. .Metodología, formulación de cuadro de presupuestos 3H	05	
	Costos, tecnología, procesos y recursos.	• Calcula costos fijos y variables para determinar el punto de equilibrio y precio. • Aplica la tecnología para innovar en el proceso de producción. • Formula. cuadros de presupuesto con metodología financiera.	.Determina los costos, tipos de variables de tu producto o servicio. .Forma de aplicar la tecnología para desarrollar, productos y/o servicios ecológicos 2H		

UNIDAD III: INICIATIVA EMPRESARIAL					
CAPACIDAD: Aplica Los requerimientos para formar y Gestionar una Empresa. Comprende la importancia de Formalizar la Empresa y Patentar la marca para tener éxito y crecimiento. Cooperar y aplica las normas de Gobierno corporativo. Revisando Casuística.					
SEMANA	CONTENIDOS CONCEPTUALES	CONTENIDOS PROCEDIMENTALES	ACTIVIDAD DE APRENDIZAJE	L	T. I
7	1. Iniciativa empresarial 2. Creatividad y generación de ideas del negocio 3. Proceso de creación y administración de empresas pequeñas. 4. Organización empresarial 5. Determinación de la capacidad operativa	• Participa en forma activa fomentando la iniciativa empresarial. para identificar el producto –servicio a producir. • Analiza e identifica los procesos de creatividad para generar ideas del negocio. • Planifica para diseñar la organización empresarial. • Determina y calcula la capacidad operativa.	.Desarrollo del aplicativo empresarial. 2h .Explicación de la creatividad, como factor clave del emprendimiento. .Teoría de la organización de la empresa 3H	05	02
	Selección de tecnología, maquinaria, inmuebles y otros activos. Diseño de la estructura administrativa. Determinación de los requerimientos de Personal.	• Analiza las le tecnología, inmueble y todas las necesidades para la implementación del proyecto. • Determina las necesidades de personal de acuerdo a los requerimientos.	.Determina el cuadro de necesidades. .Determina el cuadro de necesidades para implementar el proyecto 2H		

8	EXAMEN PARCIAL: Se evalúa el logro de las capacidades previstas de las tres unidades				
9	1. Aspectos legales. Constitución de la empresa. 2. Pasos a seguir SUNAR.P-SUNAT-INDECO. 3. Registro de PATENTES, importancia.	<ul style="list-style-type: none"> Identifica los aspectos legales para la constitución de la empresa. Analiza los pasos a seguir para la formalización de la empresa. identifica los problemas y necesidades, los actores concurrentes. Desarrolla el registro de PATENTES. para tener la exclusividad de la Marca. 	.Teoría del aspecto legal-financiero y patentes.2h .Explicación pasos SUNARP SUNAT-INDECOPI. 3H	05	02
	Planeamiento financiero: cronograma de inversiones, Formulación de presupuestos, fuentes de financiamiento teoría de agencia miento, accionariado. Reglas de Gobierno corporativo, casos prácticos.	<ul style="list-style-type: none"> Formula los Planes financieros. Cronograma de inversiones y aplica teoría de la Agencia-reglas de gobierno corporativo para crear las sinergias necesarias. 	.Elabora los planes financieros y cronograma de inversiones 2H		

UNIDAD III: COMPETENCIAS LABORALES					
CAPACIDAD: EvalúaLos factores creativos. Aplica las tecnologías comunicacionales, y destrezas requeridas de un buen negociador. Participa en la gerencia y conceptualización del Proyecto. Explica y aplica los factores creativos., del concepto producto-servicio con las destrezas del Líder negociador.					
SEMANA	CONTENIDOS CONCEPTUALES	CONTENIDOS PROCEDIMENTALES	ACTIVIDAD DE APRENDIZAJE	L	T. I
10	1.Características de la Creatividad. 2.Teorías de la mente creativa. 3.Comunicación y Creatividad. El proceso creativo. inteligencia 4. inteligencia- Inteligencia emocional.	<ul style="list-style-type: none"> Identifica las características del proceso creativo. Aplica las teorías de la mente creativa. Estimula la comunicación en el Proceso Creativo. Aplica los conocimientos y teorías de la inteligencia emocional. 	.Casuística de modelos de creatividad y comunicación efectiva 2h .Ejemplos y aplicación de la inteligencia emocional de los negocios. 3H	05	02

	Métodos para el desarrollo de la creatividad. Mapas conceptuales, Analogías. Lluvia de ideas. El pensamiento lateral. Ejercicios.	<ul style="list-style-type: none"> • Elabora los mapas conceptuales, analogías. variables que influyen en la calidad del producto, estudia la pre factibilidad. • Promueve Lluvia de ideas y ejercicios sobre pensamiento lateral. 	.Ejercicios para desarrollar la creatividad. .Ejercicio de lluvia de ideas, Focus Group. .Diseño de mapas conceptuales 2H		
11	1. Competencias laborales. 2.Conjunto de conocimientos, herramientas y destrezas que ayudan a gestionar, 3.Eficiencia en la Gestión	1. Competencias laborales. 2.Conjunto de conocimientos, herramientas y destrezas que ayudan a gestionar, 3.Eficiencia en la Gestión	.Desarrollo de métodos y procedimientos de gestión. 2h .Explica conocimientos y herramientas y destrezas para la eficiencia de la organización 3H	05	02
	Comunicación electrónica, organización de archivo, y control de documentos. Redacción y ortografía. administración de tiempo	Comunicación electrónica, organización de archivo, y control de documentos. Redacción y ortografía. administración de tiempo	.Prácticas de comunicación electrónica. .Técnicas de redacción de documentos. .Administración del tiempo en la empresa 2H		
12	1. Comunicaciones eficaces. Mercadeo. Ventas. 2. Presentaciones exitosas, como hablar en público. 3. Casos prácticos. Dominio Auditorio	<ul style="list-style-type: none"> • Establece comunicaciones eficaces, Técnicas de mercadotecnia los riesgos y amenazas el proyecto de Inversión. • Planifica y formula planes considerando todos los escenarios posibles. • Formula cuadros de presupuesto, para una mejor asignación de los recursos... 	.Modelo de comunicaciones, tipo. 2h .Técnicas de mercadeo y venta. 3H	05	02
	Técnicas de comunicación para influir en el potencial mercado.	<ul style="list-style-type: none"> • Práctica Técnicas de mercadotecnia para influir en el potencial mercado. 	.Ejercicios del arte de hablar en público. .Presentaciones exitosas. .Casuística 2H		

13	1. Como hablar en público. 2. Principios de Oratoria. 3. Casos prácticos II	<ul style="list-style-type: none"> • Práctica el arte de hablar en público. • Analiza los principios de Oratoria y su aplicación.. • Desarrolla Casos exitosos de comunicación. 	.La oratoria principios, modelos de líderes carismáticos y dominio del arte de hablar 2h .Casuística de empresarios diestros de la administración de comunicaciones. 3H	05	02
	Reuniones efectivas. Habilidades de negociación.	<ul style="list-style-type: none"> • Expone y practica las habilidades de un buen negociador. 	.Practica de comunicaciones para vender un producto o servicio. .Diseño de logos y frases motivadoras de Marc 2H		
14	1. Exposición y evaluación de Proyectos por equipo.	<ul style="list-style-type: none"> • Expone y presenta el proyecto elaborado conforme a los Modelos de Inversión. 	.Análisis de los proyectos por equipo. 2h .Análisis Foda. .Crítica Constructiva para mejorar las presentaciones habladas y escritas. 3H	05	02
	Exposiciones y correcciones al Proyecto.	<ul style="list-style-type: none"> • Explica las la metodología aplicada en el desarrollo del Proyecto variables que influyen en la calidad del producto, estudia la pre factibilidad. 	.Ensayos y mejoramiento de las exposiciones de proyectos. .Evaluación y critica 2H		
15	1. Exposición y evaluación de Proyectos por equipo.	<ul style="list-style-type: none"> • Expone y presenta. El Proyecto elaborado conforme a los modelos de inversión 	.La innovación como fuente de valor de crecimiento económico exponencial 2h .Casuística de escenarios posibles. .Metodología, formulación de cuadro de presupuestos 3H	05	02

	Exposición de lecturas seleccionadas.	<ul style="list-style-type: none"> • Presenta lo y expones las lecturas complementarias al desarrollo del Proyecto. 	.Determina los costos, tipos de variables de tu producto o servicio. .Forma de aplicar la tecnología para desarrollar, productos y/o servicios ecológicos .Critica a las lecturas complementarias 2H		
16	EXAMEN FINAL:				
17	ENTREGA DE PROMEDIOS FINALES Y ACTAS DEASIGNATURA				

V. ESTRATEGIAS METODOLÓGICAS

• Exposición y Diálogo

La asignatura se desarrollará con el soporte de la siguiente metodología académica:

El profesor de la asignatura disertará la correspondiente unidad didáctica entre todos los participantes, es decir proporcionará los conocimientos sobre la materia. Promoverá y motivará en el grupo, el diálogo para complementar el estudio y el intercambio de información sobre los temas tratados.

A modo de tarea y con la orientación correspondiente, el profesor orientará a los participantes para que en forma individual o grupal, se organicen en equipos. Cada equipo deberá plantear una idea de producto o servicio que deberá desarrollar en detalle al término del ciclo. Cada proyecto deberá ser expuesto y debatido en clase. Cada presentación será calificada.

• Lecturas Controladas

Como un modo de apoyar los conocimientos impartidos, y para perfeccionar y mejora sus habilidades, el profesor ha incorporado un conjunto de lecturas para reforzar el aprendizaje en los tópicos tratados.

Los temas de lectura se encuentran indicados para cada sesión de clase. Temas que deberán ser leídos, analizados, criticados, sistematizados y sintetizados por los participantes, en forma individual. Así mismo se incluye al final de este silabo, una serie de libros recomendados, los cuales podrán ser consultados por los alumnos, para mejorar su conocimiento de los temas tratados.

Las lecturas serán examinadas bajo dos modalidades: la primera con la presentación de un mapa conceptual que contendrá una síntesis de la lectura; y la segunda por una exposición oral. Se calificará todo esfuerzo realizado por el participante.

VI. RECURSOS DIDÁCTICOS

PC portátil, cañón multimedia, textos y separatas, direcciones electrónicas

VII. EVALUACIÓN DEL APRENDIZAJE

El promedio final se obtiene con la siguiente fórmula:

$$PF = (2*PE+EP+EF)/4$$

$$PE = ((P1+P2+P3+P4-MN)/3 + W1) / 2$$

Donde:

PF	: Promedio Final
EP	: Examen Parcial (escrito)
PE	: Promedio de Evaluaciones
EF	: Examen Final (escrito)
P1...P4	: Evaluaciones periódicas
MN	: Menor nota
W1	: Trabajos (escrito)

VIII. FUENTES DE CONSULTA.

Bibliográficas

- Arieti, S. (1993). La Creatividad: la síntesis mágica. Fondo de Cultura Económica .México DF
- Bobrow, E. (1997). Desarrolle Nuevos Productos Fácil. Prentice Hall.
- Buzan, T. (1996). The Mind Map Book. Plume Book New York.
- De Bono, E. (1993). Seis pares de zapatos para la acción. Editorial Paidós
- Fischman, D. (1999). El camino del líder. Editorial UPC y El Comercio. Lima
- Harrmann, Ned.(1996). Creative Brain. The Ned Harrmann Group. USA
- Lambing & Kuehl.(1997). Empresarios Pequeños y Medianos. Edit. Prentice Hall.
- Lerma K., A. (2001). El Desarrollo de Productos a Nivel nacional e internacional. Edit.Thomson.
- Pokras, Sandy. (1997). Teams Problem Solving. California Editorial Cresp Publications INC
- Rosenthal, S. (1998). Diseño y Desarrollo Eficaces del Nuevo Producto. Edit.McGraw Hill
- Russell & Taylor. (2000). Operation Management. Edit.Prentice Hall.
- Watson & Wise. (1997). Guía del Emprendedor. Edit. Prentice Hall.

Electrónicas

- Pentti Routio Universidad de Arte y Diseño de Helsinki: Recuperado de: <http://www2.uiah.fi/projects/metodi/s00.htm>
- Semiótica de los Artefactos. Recuperado de: <http://www2.uiah.fi/projects/metodi/257.htm>

IX. APOORTE DEL CURSO AL LOGRO DE RESULTADOS

El aporte del curso al logro de los resultados (Outcomes), para las Escuelas Profesionales de: Ingeniería de Computación y Sistemas, se establece en la tabla siguiente:

K = clave **R** = relacionado **Recuadro vacío** = no aplica

a.	Habilidad para aplicar conocimientos de computación y matemáticas apropiadas para los resultados del estudiante y las disciplinas enseñadas.	R
b.	Habilidad para analizar un problema e identificar y definir los requerimientos apropiados para su solución.	K
c.	Habilidad para diseñar, implementar y evaluar un sistema basado en computadoras, procesos, componentes o programa que satisfagan las necesidades requeridas.	
d.	Habilidad para trabajar con efectividad en equipos para lograr una meta común.	K
e.	Comprensión de los aspectos y las responsabilidades profesional, ética, legal, de seguridad y social.	R
f.	Habilidad para comunicarse con efectividad con un rango de audiencias.	K
g.	Habilidad para analizar el impacto local y global de la computación en los individuos, organizaciones y la sociedad.	R
h.	Reconocer la necesidad y tener la habilidad para comprometerse a un continuo desarrollo profesional.	R
i.	Habilidad para usar técnicas, destrezas, y herramientas modernas necesarias para la práctica de la computación.	
j.	Comprensión de los procesos que soportan la entrega y la administración de los sistemas de información dentro de un entorno específico de aplicación.	