

Sílabo

142100 - Proyecto Empresarial

I. Información general

Nombre del Curso: Proyecto Empresarial
Código del curso: 142100
Departamento Académico: Administración
Créditos: 5
Horas Teoría: 2
Horas Práctica: 6
Periodo Académico: 2023-01-PRE
Sección: A
Modalidad: Presencial
Idioma: Español
Docente: KAREN EDITH WEINBERGER VILLARAN
Email docente: weinberger_ke@up.edu.pe

II. Introducción

El curso pretende desarrollar en el alumno la capacidad de tomar decisiones sobre la base de su capacidad de análisis y pensamiento crítico. Para ello, el alumno deberá integrar y aplicar los conocimientos adquiridos a lo largo de su formación en la universidad, así como sus habilidades creativas, innovadoras, emprendedoras y de comunicación.

III. Logro de aprendizaje final del curso

El estudiante habrá demostrado en el proceso de construcción del plan de negocios: capacidades para investigar e integrar los conocimientos adquiridos a lo largo de su formación en la universidad, así como su capacidad para el trabajo en equipo, habilidades creativas, innovadoras, emprendedoras, de negociación, liderazgo y comunicación, así como valores humanísticos y éticos; tener un pensamiento flexible, valorar las diferencias, así como estar abierto al diálogo y a la crítica constructiva.

El curso se relaciona con las 5 competencias de egresado: Liderazgo, Ética y Responsabilidad Social, Pensamiento Crítico, Trabajo en equipo, Comunicación efectiva.

Asimismo, se relaciona con las 3 competencias específicas de la carrera de Administración: Gestión eficaz y eficiente, Pensamiento estratégico, Innovación y emprendimiento.

IV. Unidades de aprendizaje

Unidad de aprendizaje 1: El proceso emprendedor y el proceso de innovación

Logro de Aprendizaje / propósito de la unidad:

El alumno conoce el proceso emprendedor y el proceso de innovación. Identifica problemas y plantea soluciones aprovechando oportunidades de negocio.

Contenidos:

- Identificación de tendencias.

- Procesos y tipos de innovación.
- Generación y desarrollo de ideas de negocio en base a la identificación de problemas y el desarrollo de procesos de innovación.
- Del estudio del entorno y análisis de oportunidades: la idea, el modelo y el plan de negocios.
- Enfoque de responsabilidad social y sostenibilidad ambiental.

Unidad de aprendizaje 2: El modelo de negocio y el plan de negocio

Logro de Aprendizaje / propósito de la unidad:

El alumno plantea un modelo de negocios y conoce la estructura de un plan de negocio

Contenidos:

- El Business Model Canvas (Osterwalder y Pigneur)
- El Lean Start UP Model (Eric Ries)
- Objetivo y estructura del plan de negocios
- Proceso para el desarrollo de un plan de negocios
- Presentaciones efectivas

Unidad de aprendizaje 3: Los inputs estratégicos y la formulación estratégica

Logro de Aprendizaje / propósito de la unidad:

El alumno realiza un análisis de tendencias, entorno, industrias, mercados y oportunidades de negocio.

Contenidos:

- El análisis de tendencias, el entorno, la industria y los mercados.
- La investigación de mercados y el uso adecuado de recursos bibliográficos y base de datos para el aprendizaje, la innovación y la investigación.
- planeamiento estratégico: análisis del entorno, y del sector, Matriz EFE, análisis interno, cadena de valor, matriz EFI y matriz VRIO FODA, la visión, la misión, el propósito, la propuesta de valor, la ventaja competitiva y los valores.
- Las estrategias genéricas, competitivas y corporativas.

Unidad de aprendizaje 4: Los outputs estratégicos, planes de cada área

Logro de Aprendizaje / propósito de la unidad:

El alumno toma decisiones estratégicas a partir de fuentes de información confiables y el dominio de sólidos conocimientos teóricos.

Contenidos:

- El plan de marketing: objetivos, estrategias, presupuesto de marketing.

- El plan de operaciones: objetivos, estrategias, procesos, plan de producción y crecimiento, presupuesto de inversión inicial.
- Estructura organizacional y requerimientos de personal: perfiles y presupuesto.
- El plan financiero (estructura de financiamiento, detalle de costos, punto de equilibrio, Flujo de Caja, Estado de Resultados Integrales y Balance de la Situación) y análisis de sensibilidad.
- Fuentes de financiamiento para startups.

Unidad de aprendizaje 5: La factibilidad del plan de negocios

Logro de Aprendizaje / propósito de la unidad:

El alumno muestra que el plan de negocios tiene consistencia interna, consistencia con el entorno y con los recursos como propuesta estratégica.

Contenidos:

- Rentabilidad económica
- Viabilidad operativa

Unidad de aprendizaje 6: Sustentación y argumentación del plan

Logro de Aprendizaje / propósito de la unidad:

El alumno presenta de manera clara y precisa el plan de negocios

Contenidos:

- Esquemas de presentaciones efectivas
- Uso adecuado de gráficos y tablas
- Confianza y seguridad en la presentación
- Dominio de los conocimientos
- Espíritu de equipo durante sustentación
- Disposición al aprendizaje

V. Estrategias Didácticas

VI. Sistemas de evaluación

Nombre evaluación	%	Fecha	Criterios	Comentarios
1. Trabajo	50			



2. Ev Parcial	10			
3. Trabajo final	40			

VII. Cronograma referencial de actividades

Unidades de aprendizaje	Contenidos y actividades a realizar	Recursos y materiales	Evaluaciones
Semana 1: del 20/03/2023 al 25/03/2023			
	<p>Definición de los equipos y acuerdos entre los participantes. Pautas para el desarrollo del curso. Etapas para el desarrollo del plan de negocios.</p> <p>Charlas: Recursos biblioteca, presentaciones efectivas</p> <p>Plan para el desarrollo de la investigación: análisis de tendencias, oportunidades, necesidades, identificación de problemas.</p> <p>Identificación e oportunidades, problemas, tendencias, industria y sector para el desarrollo del plan de negocios</p>		
Semana 2: del 27/03/2023 al 01/04/2023			

Unidades de aprendizaje	Contenidos y actividades a realizar	Recursos y materiales	Evaluaciones
	<p>Presentación de prototipo de modelo de negocio, sustentado en el uso de fuentes secundarias. (todos los grupos: solo el lado derecho de <i>canvas</i>)</p> <p>Elaboración del plan general de investigación: objetivos generales, objetivos específicos, tipo de investigación, herramientas a emplear, cronograma de trabajo.</p> <p>Elaboración del plan general de investigación.</p>		
Semana 3 con feriados el jueves 06, viernes 07 y sábado 08: del 03/04/2023 al 08/04/2023			
	<p>Presentación de hallazgos etapa exploratoria (pares)</p>		

Unidades de aprendizaje	Contenidos y actividades a realizar	Recursos y materiales	Evaluaciones
	<p>Presentación de hallazgos etapa exploratoria (impares)</p> <p>Ensayar un modelo para estimación de demanda</p>		
Semana 4: del 10/04/2023 al 15/04/2023			
	<p>Presentación de hallazgos etapa exploratoria (pares)</p> <p>Presentación de hallazgos etapa exploratoria (impares)</p> <p>Ensayar un modelo para estimación de demanda</p>		

Unidades de aprendizaje	Contenidos y actividades a realizar	Recursos y materiales	Evaluaciones
Semana 5: del 17/04/2023 al 22/04/2023			
	<p>Presentación de los resultados finales de la investigación (pares)</p> <p>Presentación de los resultados finales de la investigación (impares)</p>		
Semana 6: del 24/04/2023 al 29/04/2023			
	<p>Compartir avances del plan estratégico (entorno, industria, FODA) y presentación del modelo de estimación de demanda (pares)</p> <p>Compartir avances del plan estratégico (entorno, industria, FODA) y presentación del modelo de estimación de demanda (impares)</p>		

Unidades de aprendizaje	Contenidos y actividades a realizar	Recursos y materiales	Evaluaciones
Semana 7: del 01/05/2023 al 06/05/2023			
	<p>Presentación INTEGRAL Y CONSISTENTE del modelo de negocio y plan estratégico (pares).</p> <p>Presentación INTEGRAL Y CONSISTENTE del modelo de negocio y plan estratégico (impares).</p>		
Semana 8 de exámenes parciales: del 08/05/2023 al 13/05/2023			
Semana 9: del 15/05/2023 al 20/05/2023			
	<p>Presentación y sustentación de estimación de demanda, proyección de ventas, estrategias de mezcla y presupuesto.</p>		

Unidades de aprendizaje	Contenidos y actividades a realizar	Recursos y materiales	Evaluaciones
	Presentación y sustentación de estimación de demanda, proyección de ventas, estrategias de mezcla y presupuesto.		
Semana 10: del 22/05/2023 al 27/05/2023			
	<p>Presentación del plan de operaciones hasta presupuesto de inversiones (impares)</p> <p>Presentación del plan de operaciones hasta presupuesto de inversiones (pares)</p> <p>RETROALIMENTACIÓN DE AVANCE 2</p>		



Unidades de aprendizaje	Contenidos y actividades a realizar	Recursos y materiales	Evaluaciones
Semana 11: del 29/05/2023 al 03/06/2023			
	<p>Presentación estructura organizacional, planilla, supuestos, datos, políticas para parte financiera (pares)</p> <p>Presentación estructura organizacional, planilla, supuestos, datos, políticas para parte financiera (impares)</p>		
Semana 12: del 05/06/2023 al 10/06/2023			
	<p>Presentación del flujo de caja y estados financieros (pares)</p> <p>RETROALIMENTACIÓN DE AVANCE 3</p> <p>Presentación de flujo de caja y</p>		

Unidades de aprendizaje	Contenidos y actividades a realizar	Recursos y materiales	Evaluaciones
	estados financieros (impares)		
Semana 13: del 12/06/2023 al 17/06/2023			
	<p>Evaluación de resultados financieros (impares)</p> <p>Análisis de sensibilidad, conclusiones, resumen ejecutivo</p>		
Semana 14: del 19/06/2023 al 24/06/2023			
	<p>RETROALIMENTACIÓN DE AVANCE 4</p> <p>Revisión del plan completo. Análisis de sensibilidad, conclusiones, resumen ejecutivo.</p>		

Unidades de aprendizaje	Contenidos y actividades a realizar	Recursos y materiales	Evaluaciones
	<p>RETROALIMENTACIÓN DE AVANCE 4</p> <p>Revisión del plan completo. Análisis de sensibilidad, conclusiones, resumen ejecutivo.</p> <p>Feedback final y recomendaciones para entrega final.</p>		
Semana 15 con feriado jueves 29: del 26/06/2023 al 01/07/2023			
	<p>ENTREGA DE TRABAJO FINAL</p> <p>Charla de recomendaciones finales (TODAS LAS SECCIONES)</p> <p>Ensayo sustentaciones finales</p>		



Unidades de aprendizaje	Contenidos y actividades a realizar	Recursos y materiales	Evaluaciones
Semana 16 de exámenes finales: del 03/07/2023 al 08/07/2023			

VIII. Indicaciones para el desarrollo del curso

El alumno no podrá presentar el trabajo final, ni sustentarlo si:

- Falta a más del 30% de las sesiones de clase programadas.
- Tiene una calificación menor a **10.5** en la nota de Prácticas (60% de la nota total a cargo del profesor del curso).

En estos casos, el alumno desaprobará el curso con una calificación final de 10.

Una vez presentado el trabajo final, el alumno desaprobará el curso si.

- No se presenta en la fecha y hora programada para la sustentación final del plan de negocios ante el jurado. Se le asignará una calificación final de 10 en el curso.
- Resulta desaprobado en el promedio de notas que el jurado asigna para el trabajo final escrito y la sustentación final oral. Esta calificación es inapelable.
- Si el alumno aprueba el promedio de la sustentación final y el trabajo escrito, pero resulta desaprobado al descontarle puntos por la entrega del trabajo final fuera de fecha, el alumno no aprobará la asignatura. Se descontará 1 punto en la nota final resultante del promedio del trabajo escrito y sustentación, por cada día calendario de atraso en la presentación del trabajo final.
- No cumple con el reglamento de buena conducta, comete plagio y/o contrata servicios de terceros para la realización de alguna parte del trabajo escrito presentado, **sin declararlo expresamente en el documento presentado**.

Conformación de equipos

- Los equipos se forman libremente por 3 ó 4 alumnos.
- Los alumnos pueden cambiar de equipo **solo antes de la entrega del primer avance**.
- Los miembros del equipo que presenten el trabajo escrito al final del curso deberán ser los mismos que sustenten un solo acto público.

IX. Referencias bibliográficas

Obligatoria

Angus, A. y Westbrook, G (2020). Las 10 principales tendencias de consumo. *Euromonitor Internacional*. p. 1.

Chaffey, D & Ellis-Chadwick, F (2014). *Marketing Digital, Edición 5*. México: Pearson.

Chapman, S (2006). *Planificación y control de la producción*. México: Pearson.

Chávez, M, Quevedo, M. I. & Rivero, E. (2016). *Planes de negocio: un enfoque contable y financiero. 1era edición*. Lima: Universidad del Pacífico.

Chiavenato, I (2009). *Administración de Recursos Humanos - El capital humano*. México: McGraw Hill.

Chiavenato, I & Villamizar, G (2009). *Gestión del talento humano*. México: McGraw-Hill Interamericana.

Chopra, S. & Meindl, P. (2008). *Administración de la cadena de suministro. Estrategia, planeación y operación*. México: Pearson.

Del Castillo, E (2011). *Estrategias de responsabilidad social empresarial*. Washington, DC: Banco Interamericano de Desarrollo.

Dobbs, M. E (2014). Guidelines for applying Porter's five forces framework: a set of industry analysis templates. *Competitiveness Review*. p. 32.

- F. Rotharemel (2019). *Strategic Management Concepts*. : McGraw-Hill Education.
- Franco, P. (2013). *Planes de negocio: una metodología alternativa-3ra edición*. Lima: Universidad del Pacífico.
- Fred, D (2003). *Administración Estratégica, décimo cuarta edición*. México: Pearson.
- Heizer, J & Render, B (2009). *Principios de administración de operaciones*. México: Pearson.
- Heizer, J., Render, B., Moreno, Y. & Martínez, J. (2007). *Dirección de la producción y de operaciones decisiones estratégicas*. Madrid: Pearson.
- Kotler, P & Keller, K (2016). *Dirección de Marketing, Edición 15*. México: Pearson- Prentice Hall.
- Magretta, J. (2011). *Understanding Michael Porter: The essential guide to competition and strategy*. United States: Harvard business press.
- Mullins, J (). *The New Business Road Test: What entrepreneurs and executives should do before writing a business plan*. Great Britain: Prentice Hall.
- Osterwalder, A & Pigneur, Y (2015). *Generación de modelos de negocio*. Lima: Trama Equipo Editorial, S.L.
- Porter, M., y Kramer, M (2006). Estrategia y sociedad. *Harvard business review*, 84(12). p. 42.
- Sergey Udolkin Dakova (2017). *Contabilidad de costos y de gestión, segunda edición*. Lima: Universidad del Pacífico capítulos 11 y 12.

Recomendada

- Gómez-Mejía, L., Balkin, D. & Cardy, R. (2008). *Gestión de Recursos Humanos (quinta edición)*. Madrid: Prentice Hall.
- Hitt, M, Ireland, R & Hoskisson, R (2015). *ADMINISTRACIÓN ESTRATÉGICA Competitividad y Globalización: Conceptos y Casos 11 Edición*. México: Cengage Learning.
- Hornigren, C, Datar, S. & Rajan, M. (2012). *Contabilidad de Costos: un enfoque gerencial (14a Ed.)*. México: Pearson.
- Meindl, P & Chopra, S (2013). *Administración de la Cadena de Suministro(5ta Ed.)*. México: Pearson.
- Mullins, J. & Komistar, R. (2010). *Mejorando el modelo de negocio. Cómo transformar el modelo de negocio en un plan B viable*. Barcelona: Profit Editorial.
- Northedge, A (2015). *The Good Study Guide, Open*. United Kingdom: University Press.
- Sahlman, W. (1997). How to write a great a Business Plan. *Harvard Business Review*. online. 98-108. Recuperado de <https://hbr.org/1997/07/how-to-write-a-great-business-plan>.
- Shane, S. (2010). *The Illusions of Entrepreneurship, 1era edición*. United States: Yale University Press.
- Tallman, S. (2013). The search for externally sourced knowledge: Clusters and alliances. *Universia Business Review*. 40. 80-91. Recuperado el 2019 de la base de datos Redalyc, <http://www.redalyc.org/BusquedaAutorPorNombre.oa?filtBuscar=Stephen%20Tallman>.

Varela, R. (2008). *Innovación Empresarial: Arte y Ciencia en la Creación de Empresas. (3era Edición)*. Colombia: Pearson Educación de Colombia.

Weinberger, K. (2009). *Plan de negocios: Herramienta para evaluar la viabilidad de un negocio*. Lima: Nathan Associates INC.

Weinberger, K. (2009). *Estrategia: para lograr y mantener la competitividad de la empresa*. Lima: Nathan Associates INC.