



Universidad de Ingeniería y Tecnología
Escuela Profesional de
Ciencia de la Computación
Silabo del curso – Periodo Académico 2017-II

1. **Código del curso y nombre:** GH1019. Emprendedores en Acción
2. **Créditos:** 3
3. **Horas de Teoría y Laboratorio:** 3 HT;
4. **Docente(s)**

Atención previa coordinación con el profesor

5. Bibliografía

6. Información del curso

- (a) **Breve descripción del curso** El propósito de este curso es que los estudiantes adquieran las herramientas y conocimientos específicos para realizar un análisis de mercado que se refleje en: (i) un plan de negocios; Y (ii) el desarrollo de habilidades de liderazgo, trabajo en equipo y comunicación efectiva. Esto se logrará trabajando junto con un empresario, llevando al alumno a los problemas cotidianos que surgen en las empresas. Este curso es prácticamente práctico, donde lo que se aprende en el aula se utilizará para analizar el mercado junto con el empresario, siguiendo la estructura de un plan de negocios. Por lo tanto, el estudiante aplicará este conocimiento y adquirirá durante su carrera, siempre guiado por el profesor y los ayudantes. Por un lado, el alumno estará conectado con un caso real de emprendimiento, para que aprenda mediante la técnica "aprender haciendo". Por otra parte, se intentará reducir la tasa de fracaso de los empresarios (según Small Business Administration [<http://www.sba.gov>]), el 95 por ciento de los empresarios fallan antes del quinto año, debido principalmente a la falta de diferenciación (Con competencia y falta de una estrategia de marketing efectiva). Los empresarios que serán asesorados en el curso de Emprendimiento Aplicado pertenecen a la Fundación Independizate (www.fundacionindependizate.cl), y son personas con un nivel técnico o profesional que saben mucho sobre su producto pero que tienen fallas en análisis de mercado y estrategias. Ventas Y comercialización.

(b) **Prerrequisitos:**

(c) **Tipo de Curso:** Electivo

7. Competencias

- Analizar las partes que componen un plan de negocios, tales como segmentación, estrategias de marketing y flujos de efectivo.
- Analizar el mercado y las oportunidades que existen para abrir un nuevo negocio, donde se hará hincapié en la identificación de estas oportunidades y la propuesta de valor.
- Comprender el funcionamiento actual de la empresa, sus debilidades y fortalezas, y luego hacer una propuesta con valor para el empresario.
- Entender cómo hacer avanzar un proyecto, liberándolo del "valle de la muerte", donde los empresarios a menudo se quedan atascados.
- Aplicar los conocimientos adquiridos por el alumno a lo largo de su carrera a través del trabajo práctico con emprendedores, que representa el eje principal de este curso.
- Desarrollar liderazgo en investigación y desarrollo de metodologías de evaluación de pequeñas empresas.

8. Contribución a los resultados (*Outcomes*)

- n) Aplicar conocimientos de humanidades en su labor profesional. (**Usar**)

- ñ) Comprender que la formación de un buen profesional no se desliga ni se opone sino mas bien contribuye al auténtico crecimiento personal. Esto requiere de la asimilación de valores sólidos, horizontes espirituales amplios y una visión profunda del entorno cultural. (**Usar**)

9. Competencias (IEEE)

C24. Comprender la necesidad de la formación permanente y la mejora de habilidades y capacidades.⇒ **Outcome n,ñ**

10. Lista de temas a estudiar en el curso

1. Modelos de Negocios
2. Segmentando al Mercado
3. Estudiando a la Competencia
4. Estrategias de Marketing
5. Estrategias de Venta
6. Implementación/ Operaciones
7. Proyecciones Financieras

11. Metodología y Evaluación

Metodología:

Sesiones Teóricas:

El desarrollo de las sesiones teóricas está focalizado en el estudiante, a través de su participación activa, resolviendo problemas relacionados al curso con los aportes individuales y discutiendo casos reales de la industria. Los alumnos desarrollarán a lo largo del curso un proyecto de aplicación de las herramientas recibidas en una empresa.

Sesiones de Laboratorio:

Las sesiones prácticas se desarrollan en laboratorio. Las prácticas de laboratorio se realizan en equipos para fortalecer su comunicación. Al inicio de cada laboratorio se explica el desarrollo de la práctica y al término se destaca las principales conclusiones de la actividad en forma grupal.

Exposiciones individuales o grupales:

Se fomenta la participación individual y en equipo para exponer sus ideas, motivándolos con puntos adicionales en las diferentes etapas de la evaluación del curso.

Lecturas:

A lo largo del curso se proporcionan diferentes lecturas, las cuales son evaluadas. El promedio de las notas de las lecturas es considerado como la nota de una práctica calificada. El uso del campus virtual UTEC Online permite a cada estudiante acceder a la información del curso, e interactuar fuera de aula con el profesor y con los otros estudiantes.

Sistema de Evaluación:

12. Contenido

Unidad 1: Modelos de Negocios (12)	
Competences esperadas: 4	
Objetivos de Aprendizaje	Tópicos
<ul style="list-style-type: none"> Que el estudiante entienda cuáles son las diferentes formas en que una empresa puede generar ingresos. Muchas veces los empresarios están seguros de que es sólo a través de un solo camino, sin darse cuenta de que tienen múltiples oportunidades. 	<ul style="list-style-type: none"> .
Lecturas : [Kotler08]	

Unidad 2: Segmentando al Mercado (24)	
Competences esperadas: 3	
Objetivos de Aprendizaje	Tópicos
<ul style="list-style-type: none"> Entregar herramientas a los estudiantes para llevar a los empresarios a lograr una buena segmentación del mercado. Se llevarán a cabo herramientas prácticas para llevar a cabo un estudio de mercado y se analizarán diferentes formas de segmentación. 	<ul style="list-style-type: none"> .
Lecturas : [Kotler08]	

Unidad 3: Estudiando a la Competencia (24)	
Competences esperadas: 3	
Objetivos de Aprendizaje	Tópicos
<ul style="list-style-type: none"> Que el estudiante pueda transmitir al emprendedor los beneficios de conocer la competencia en profundidad, y la importancia de lograr la diferenciación. 	<ul style="list-style-type: none"> .
Lecturas : [Kotler08]	

Unidad 4: Estrategias de Marketing (30)	
Competences esperadas: 3	
Objetivos de Aprendizaje	Tópicos
<ul style="list-style-type: none"> Que el estudiante domine las tácticas de marketing eficientes para los empresarios con bajo presupuesto. 	<ul style="list-style-type: none"> .
Lecturas : [Wiley07]	

Unidad 5: Estrategias de Venta (30)	
Competences esperadas: 3	
Objetivos de Aprendizaje	Tópicos
<ul style="list-style-type: none"> Que el estudiante desarrolle las herramientas para llevar a cabo una venta, profundizando en la introducción de productos en los puntos de venta, así como en la venta de servicios a terceros. 	<ul style="list-style-type: none"> .
Lecturas : [Wiley07]	

Unidad 6: Implementación/ Operaciones (30)	
Competences esperadas: 3	
Objetivos de Aprendizaje	Tópicos
<ul style="list-style-type: none"> Que el alumno domine los temas relacionados con la organización, planificación y gestión del control en las pequeñas empresas. 	<ul style="list-style-type: none"> .
Lecturas : [Kotler08]	

Unidad 7: Proyecciones Financieras (30)	
Competences esperadas: 3	
Objetivos de Aprendizaje	Tópicos
<ul style="list-style-type: none"> • . 	<ul style="list-style-type: none"> • Que el estudiante pueda hacer proyecciones financieras, profundizando el flujo de caja.
Lecturas : [Wiley07]	



Universidad de Ingeniería y Tecnología
Escuela Profesional de
Ciencia de la Computación
Silabo del curso – Periodo Académico 2017-II

1. **Código del curso y nombre:** GH1017. Introducción al Quechua
2. **Créditos:** 3
3. **Horas de Teoría y Laboratorio:** 3 HT;
4. **Docente(s)**

Atención previa coordinación con el profesor

5. Bibliografía

- [Rid82] Press. Ridder. *Léxico del quechua de Pacaraos*. Lima: Centro de Investigación de Lingüística Aplicada - Universidad Nacional Mayor de San Marcos, 1982.
- [Rod76] Cerrón. Rodolfo. *Gramática quechua junín-huanca*. Lima: Ministerio de Educación-Instituto de Estudios Peruanos, 1976.

6. Información del curso

- (a) **Breve descripción del curso** El curso de Quechua comunicativo permite acercar a los estudiantes al uso práctico de la lengua andina en su variedad chanca. Esta es una de las variedades de mayor difusión y modelo para abordar otras variedades del denominado quechua sureño o quechua II. Además, se presenta sencilla en su aprendizaje por compartir sonidos con el castellano. Asimismo, el curso busca familiarizar al alumno con las estructuras básicas de esta lengua, así como con la traducción y producción de textos. El objetivo último es proporcionar las herramientas básicas de aprendizaje de modo que el estudiante pueda expresarse en ella a un nivel básico y funcional, así como conducir y desarrollar su propio aprendizaje de la lengua. Consideramos que hablar quechua en ciertas situaciones donde los ingenieros UTEC tienen que desarrollarse es una ventaja importantísima: los hablantes nativos de quechua practican un trato diferenciado con las personas que lo hablan por sentir que se está respetando su tradición y, a la vez, se está haciendo un esfuerzo por entablar un diálogo en su propia lengua. Esto representa ventajas operativas muy puntuales en el trato y el acuerdo de intereses.
- (b) **Prerrequisitos:**
- (c) **Tipo de Curso:** Electivo

7. Competencias

- Otorgar herramientas básicas para presentarse y conversar en la lengua quechua, en la variedad chanca.
- Acercar al estudiante a las estructuras básicas de la lengua con el fin de dirigir su estudio y auto aprendizaje.
- Entrenar al alumno en la traducción y producción de textos en la lengua nativa.
- Proporcionar herramientas para que el alumno desarrolle el conocimiento de esta lengua de manera individual.
- Dar herramientas para reconocer la procedencia del quechua al cual se enfrentan a través de elementos de análisis lingüístico

8. Contribución a los resultados (Outcomes)

- d) Trabajar efectivamente en equipos para cumplir con un objetivo común. (**Usar**)
- e) Entender correctamente las implicancias profesionales, éticas, legales, de seguridad y sociales de la profesión. (**Usar**)
- f) Comunicarse efectivamente con audiencias diversas. (**Usar**)