

# UNIVERSIDAD NACIONAL JOSE FAUSTINO SANCHEZ CARRION

## FACULTAD DE INGENIERÍA INDUSTRIAL, SISTEMAS E INFORMATICA ESCUELA DE INGENIERÍA INFORMATICA

### SILABO DE EMPRENDIMIENTO E INNOVACION.

#### 1. DATOS INFORMATIVOS:

|      |                         |   |                                 |
|------|-------------------------|---|---------------------------------|
| 1.1. | Código de la Asignatura | : | 33305456                        |
| 1.2  | Semestre Académico      | : | 2026-1                          |
| 1.3  | Ciclo de Estudios       | : | VIII                            |
| 1.4  | Créditos                | : | 04                              |
| 1.5  | Horas Semanales         | : | 5 horas semanales               |
|      | 1.5.1. Horas Teóricas   | : | 03 horas semanales              |
|      | 1.5.2. Horas Practica   | : | 02 horas semanales              |
| 1.7. | Docente                 | : | Ing. José Antonio Galdos Felipe |
| 1.9  | Correo Electrónico      | : | jgaldos@unjfsc.edu.pe           |

#### I. **FUNDAMENTACIÓN**

Este curso tiene como objetivo principal conocer los fundamentos del emprendimiento y como generar nuevas ideas de negocios para establecer el nacimiento de una nueva empresa, se definirán varias maneras de detectar e iniciar las ideas de negocios como la audiencia, factores demográficos, tendencias, etc., también se hará un estudio de los diferentes modelos de negocios existentes y cuál es la diferencia de utilizar cada modelo. También se abordarán temas sobre los fundamentos del marketing, conceptos como segmentación y nicho de mercado, estrategias de marketing y cuáles son las herramientas más comunes y utilizadas para el proceso del marketing digital, también se analizarán los primeros pasos para crear el plan de marketing digital y donde se abordarán conceptos sobre la situación de la empresa, como crear al personal especializado que hará el seguimiento del marketing, analizar la competencia, identificar metas y objetivos y sobre todo crear un plan de métricas

#### II. **TEMA TRANSVERSAL**

El objetivo de este curso es conocer los conceptos y modelos fundamentales del emprendimiento y aplicar los negocios disruptivos aplicados a E. business.

#### III. **LOS VALORES**

Los valores como principios que rigen al estudiante serán: Puntualidad, responsabilidad, respeto, identidad.

#### IV. **PERFIL DEL EGRESADO**

- Trabaja en equipos multidisciplinarios.
- Demuestra Responsabilidad Profesional y Ética.
- Usa Técnicas, metodologías, estrategias y herramientas de la ingeniería informática y de Sistemas necesarias para la práctica de la misma.
- Analiza, Diseña, Implementa y Prueba Proyectos Informáticos.

## V. COMPETENCIAS

Conoce, analiza y desarrolla Proyectos Informaticos.

## VI. PROGRAMACIÓN ACADÉMICA

### 3.1 PRIMERA UNIDAD.

#### a. Contenidos:

| Sem.  | Contenidos  |   |           |
|-------|---|---|-----------|
|       | Conceptuales  | Procedimentales   | Secciones |
| 1 y 2 | <ul style="list-style-type: none"><li>▪ <b>El emprendedor y las ideas de negocios</b></li></ul> | <ul style="list-style-type: none"><li>▪ Emprendimiento y emprendedor.</li><li>▪ La audiencia.</li><li>▪ Ideas para generar modelos de negocio.</li><li>▪ Factores demográficos.</li><li>▪ Las tendencias.</li></ul>   |           |
| 3 y 4 | <ul style="list-style-type: none"><li>• <b>Modelos de negocios.</b></li></ul>                   | <ul style="list-style-type: none"><li>• Como generar una idea de negocio.</li><li>• Creación modelo de negocio.</li><li>• Modelo negocio CANVAS.</li><li>• Innovación disruptiva.</li></ul>   |           |
| 5 y 6 | <ul style="list-style-type: none"><li>▪ <b>Generación idea de negocio.</b></li></ul>            | <ul style="list-style-type: none"><li>• Barreras de entrada.</li><li>• Determinación clientes, proveedores, y la competencia.</li><li>• Foda.</li><li>• Organización de la empresa.</li><li>• Diagrama funcional.</li><li>• Precio.</li><li>• Promoción</li><li>• Publicidad.</li></ul> |           |
| 7     | <ul style="list-style-type: none"><li>• Negocios disruptivos.</li></ul>                         | <ul style="list-style-type: none"><li>• Que es un negocio disruptivo.</li><li>• Ejemplos de negocios disruptivos.</li><li>• Como crear un negocio disruptivo.</li><li>• Cloud computing.</li><li>• E-commerce</li></ul>   |           |
| 8     | <ul style="list-style-type: none"><li>• E - .business.</li></ul>                                | <ul style="list-style-type: none"><li>• Fundamentos e. business</li><li>• Modelo de negocio e- business</li><li>• Presencia e- business.</li></ul>  |           |

### 3.2 SEGUNDA UNIDAD

#### a. Contenidos:

| Sem.    | Contenidos  |   |           |
|---------|---|---|-----------|
|         | Conceptuales  | Procedimentales   | Secciones |
| 9 y 10  | <ul style="list-style-type: none"><li>• Fundamentos de marketing</li></ul>    | <ul style="list-style-type: none"><li>• Identificar y segmentar nicho de mercado.</li><li>• Estrategia de marketing.</li><li>• Herramientas marketing digital.</li></ul>            |           |
| 11 y 12 | <ul style="list-style-type: none"><li>▪ Plan integral de marketing.</li></ul> | <ul style="list-style-type: none"><li>▪ Auditar situación actual.</li><li>▪ Analizar la competencia.</li><li>▪ Identificar metas y objetivos.</li><li>▪ Definir metricas.</li></ul> | .         |
| 13 y 14 | <ul style="list-style-type: none"><li>▪ Plan de marketing.</li></ul>          | <ul style="list-style-type: none"><li>▪ Definir prioridades.</li></ul>  | .         |

|         |   |   |   |
|---------|---|---|---|
|         |   | <ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Documentar plan.</li> <li>▪ Crear un scorecard.</li> <li>▪ Ajustar y redefinir.</li> </ul>   |   |
| 15 y 16 | <ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Plan adquisición.</li> </ul> | <ul style="list-style-type: none"> <li>▪ El camino del usuario.</li> <li>▪ Tipos de medios.</li> <li>▪ Identificación clientes.</li> <li>▪ Plan creación contenidos.</li> </ul> | . |

## VII. CRONOGRAMA ACADEMICO

| ACIONAL<br>Z CARRIÓN                                 |                 | GALDOS FELIPE JOSE ANTONIO         |                               |
|--|-----------------|------------------------------------|-------------------------------|
|  |                 | <a href="#">Cambiar Contraseña</a> | <a href="#">Cerrar Sesión</a> |
| <b>CRONOGRAMA DE REGISTRO DE DATOS EN EL SISTEMA</b> |                 |                                    |                               |
| SEMESTRE ACADÉMICO: 2026-1                           |                 |                                    |                               |
| Descripción del Proceso                              | Fecha de Inicio | Fecha de Finalización              |                               |
| Registro de Evaluaciones del Primer Parcial          | 25-05-2026      | 31-05-2026                         |                               |
| Registro de Evaluaciones del Segundo Parcial         | 20-07-2026      | 26-07-2026                         |                               |
| Registro de Exámen Sustitutorio                      | 26-07-2026      | 26-07-2026                         |                               |
| Registro de Evaluación Primer Módulo                 | 27-04-2026      | 03-05-2026                         |                               |
| Registro de Evaluación Segundo Módulo                | 25-05-2026      | 31-05-2026                         |                               |
| Registro de Evaluación Tercer Módulo                 | 22-06-2026      | 28-06-2026                         |                               |
| Registro de Evaluación Cuarto Módulo                 | 20-07-2026      | 26-07-2026                         |                               |

## VIII. MATERIALES EDUCATIVOS Y OTROS RECURSOS DIDÁCTICOS

### 4.1 Humanos:

- Profesor asignado al curso.
- Alumnos matriculados.

### 4.2 Materiales y Equipos:

- Aula de clases (Teoría).
- Pizarra Acrílica.
- Plumones.
- Proyector Multimedia.
- Separatas preparadas por el docente asignado al curso.

### 4.3 Normatividad de la Evaluación:

#### a. Requisitos para la Aprobación

- Asistencia a clases: 70 % ó más.
- Obtención de promedio 11 ó más.
- Presentación y sustentación oportuna y eficiente de trabajos de investigación.
- Cumplimiento de los instrumentos de evaluación.

#### b. Evaluación Promocional

Necesita leer y desarrollar todas las tareas y evaluaciones, participación en conversaciones y los debates de clase y hacer los ejercicios del texto para la fecha señalada, sin postergaciones, ni retraso en la entrega. No puede faltar a más de una de las reuniones. No hay evaluaciones de rezagados, salvo en circunstancias especiales.

#### c. Asistencia

Se espera que cada estudiante asista a un 100% de todas las clases, salvo alguna excepción. Si hubiera alguna emergencia debe comunicar por teléfono al docente o por correo electrónico. No puede faltar el día de su exposición o de sus evaluaciones.

#### d. Normatividad

La calificación en general se efectuara por el sistema vigesimal (0 al 20). El alumno con más de 30% de inasistencias estará inhabilitado para rendir las evaluaciones correspondientes.

$$\text{NPU} = ((\text{OR} + \text{PR} + \text{OT}) / 3 + \text{PE}) / 2$$

$$\text{NSU} = ((\text{OR} + \text{PR} + \text{OT}) / 3 + \text{PE}) / 2$$

$$\text{PF} = (\text{NPU} + \text{NSU}) / 2$$

OR : Promedio de Orales  
PR : Promedio de Prácticas  
OT : Promedio de Trabajos  
PE : Evaluación  
NPU : Nota Primera Unidad 50 %  
NSU : Nota Segunda Unidad 50%  
PF : Promedio Final 100%

## IX. BIBLIOGRAFÍA

Bower, J. L., y Christensen, C. M. (1995). Disruptive technologies: catching the wave.

Forget, E. L. (2002). The Social Economics of Jean-Baptiste Say: Markets and Virtue. Routledge.

Nico Roddz, N. R. (2019, 16 junio). Identificar y segmentar el nicho de mercado. Recuperado 4 agosto, 2019, de <https://www.linkedin.com/learning/marketing-para-pequenas->

Pigneur, Y. (2010). Business model generation: a handbook for visionaries, game changers, and challengers.

John Wiley & Sons. Kotler, P., y Armstrong, G. (2003). Fundamentos de marketing. Pearson Educación.

Tapia, J. C. F. (2018). El Desarrollo de la Capacidad para Delegar Utilizando Análisis FODA.

ANFEI Digital, (8). Thomsen, M. (2009). El plan de negocios dinámico. Thomsen Business Information.

Alexander Osterwalder & Yves Pigneur – Generación modelos de negocios.

D.R. © Evelio Gerónimo Bautista, Julia Patricia Samperio Casco, 2021 – Emprendimiento e innovación universitaria.

Carmen Argentina Alvarez Vásquez – LAS IDEAS DE NEGOCIOS, EL EMPRENDIMIENTO Y EL MARKETING DIGITAL



---

Ing. José Antonio Galdos Felipe