



**UNIVERSIDAD
NACIONAL
JOSÉ FAUSTINO
SÁNCHEZ
CARRIÓN**

**FACULTAD DE INGENIERÍA INDUSTRIAL,
SISTEMAS E INFORMÁTICA**

Código: FIISI-SI-16

Versión: 01

PROCESO: PLANIFICACION



SÍLABO POR COMPETENCIAS

CURSO: EMPRENDIMIENTO E INNOVACION

DOCENTE: MOISÉS EMILIO ARMAS INGA





UNIVERSIDAD
NACIONAL
JOSÉ FAUSTINO
SÁNCHEZ
CARRIÓN

FACULTAD DE INGENIERÍA INDUSTRIAL, SISTEMAS E INFORMÁTICA

Código: FIISI-SI-16

Versión: 01

PROCESO: PLANIFICACION

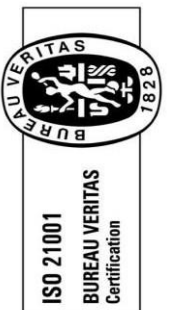
SÍLABO DE EMPRENDIMIENTO E INNOVACIÓN

I. DATOS GENERALES

Línea de Carrera	Ninguno
Semestre Académico	2026-1
Código del Curso	P02-307
Créditos	03
Horas Semanales	Hrs. Totales: 03 Teóricas:03 Practicas: 0
Ciclo	V
Sección	A
Apellidos y Nombres del Docente	ARMAS INGA, Moisés Emilio
Correo Institucional	marmas@unjfsc.edu.pe
Nº de Celular	

II. SUMILLA Y DESCRIPCIÓN DEL CURSO

La asignatura es de naturaleza teórico-práctico y tiene el propósito de motivar y generar un espíritu innovador y empresarial en los futuros profesionales de la ingeniería electrónica, a fin de que puedan generar, materializar, y llevar exitosamente adelante una idea innovadora del cual la sociedad pueda disfrutarlo, teniendo en cuenta que se está inmerso en un mercado cada vez más competitivo; ofreciendo un nuevo producto, o un nuevo servicio o un nuevo proceso, haciendo que las bondades de la innovación lleguen y beneficien a mayores elementos de la sociedad, en conformidad a los cambios sociales exigentes, científicos y tecnológicos que la humanidad va afrontando. Para el cumplimiento de estos objetivos, el plan académico del desarrollo del curso, se ha dividido en cuatro módulos, cuyos contenidos principales son: Módulo I.- Innovación y creatividad empresarial; Módulo II.- Plan de negocios y análisis de mercado; Módulo III.- Organización y plan de producción; Módulo IV.- Análisis de viabilidad económica y financiera del plan de negocios.





UNIVERSIDAD
NACIONAL
JOSÉ FAUSTINO
SÁNCHEZ
CARRIÓN


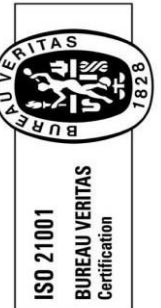
FACULTAD DE INGENIERÍA INDUSTRIAL,
SISTEMAS E INFORMÁTICA

Código: FIISI-SI-16

Versión: 01

PROCESO: PLANIFICACION

III. CAPACIDADES AL FINALIZAR EL CURSO

	CAPACIDAD DE LA UNIDAD DIDACTICA	NOMBRE DE LA UNIDAD DIDACTICA	SEMANAS
 UNIDAD I	En el contexto de los grandes cambios sociales y tecnológicos que vienen afectando a la humanidad, analiza la importancia de la innovación y la creatividad empresarial, y su contribución al desarrollo de las sociedades, valorando su importancia en la formación de profesionales con ideas innovadoras	<i>Innovación y Emprendimiento como motor de desarrollo social</i>	1 - 4
UNIDAD II	En una sociedad altamente competitiva, analiza la importancia del liderazgo para llevar adelante una idea innovadora con espíritu emprendedor, formulando un plan de negocios, valorando la importancia del servicio de atención a los clientes	<i>Plan de negocios y análisis del mercado</i>	5 - 8
 UNIDAD III	En conformidad a los intereses del consumidor, prioriza estrategias de producción, a fin de que el bien lanzado al mercado sea elaborado en las condiciones deseadas, valorando la satisfacción de los clientes	<i>Organización y plan de producción</i>	9 - 12
UNIDAD IV	Ante un mercado dinámico y competitivo, el emprendedor analiza la viabilidad técnica y económica del plan de negocios, empleando los indicadores financieros necesarios	<i>Aspectos económicos y financieros</i>	13 - 16



UNIVERSIDAD
NACIONAL
JOSÉ FAUSTINO
SÁNCHEZ
CARRIÓN

FACULTAD DE INGENIERÍA INDUSTRIAL, SISTEMAS E INFORMÁTICA

Código: FIISI-SI-16

Versión: 01

PROCESO: PLANIFICACION

IV. INDICADORES DE CAPACIDADES AL FINALIZAR EL CURSO

NÚMERO	INDICADORES DE CAPACIDAD AL FINALIZAR EL CURSO
1	Identifica cinco casos de ideas innovadoras a lo largo de la historia de la humanidad
2	Selecciona una idea innovadora utilizando técnicas de innovación
3	Analiza tres casos posibles de innovación según las características de las organizaciones
4	Discute el proyecto de la idea innovadora para complementar el desarrollo del curso
5	Identifica cinco perfiles de los emprendedores y su rol en el desarrollo institucional
6	Formula la visión y misión para desarrollar el plan de negocios de emprendimiento
7	Explica el perfil del consumidor de acuerdo a las características del producto innovado
8	Explica el diseño del prototipo del producto, teniendo en consideración las características de su presentación
9	Analiza dos técnicas cualitativas y cuantitativas para el estudio de la oferta y demanda del producto innovado
10	Distingue el marketing estratégico del plan de negocios
11	Debate cinco factores locacionales para ubicar un posible lugar de cinco productos
12	Formula el diagrama de proceso de operaciones, de las fases de elaboración del bien de acuerdo al plan de negocios
13	Elige el tipo de sociedad el cual se constituirá el plan de negocios, así como su estructura organizacional
14	Elabora el cuadro de inversiones del plan de negocios, según el proceso operativo definido
15	Estima el PE del producto de su idea innovadora
16	Evalúa la formulación definitiva de plan de negocios, según las explicaciones formuladas en clase





**UNIVERSIDAD
NACIONAL
JOSÉ FAUSTINO
SÁNCHEZ
CARRIÓN**

**FACULTAD DE INGENIERÍA INDUSTRIAL,
SISTEMAS E INFORMÁTICA**

Código: FIISI-SI-16

Versión: 01

PROCESO: PLANIFICACION

V.- DESARROLLO DE LAS UNIDADES DIDACTICAS:

CAPACIDAD DE LA UNIDAD DIDÁCTICA I : En el contexto de los grandes cambios sociales y tecnológicos que vienen afectando a la humanidad, analiza la importancia de la innovación y la creatividad empresarial, y su contribución al desarrollo de las sociedades, valorando su importancia en la formación de profesionales con ideas innovadoras					
Semana	Contenidos			Estrategia didáctica	Indicadores de logro de la capacidad
	Cognitivos	Procedimental	Actitudinal		
1°	La Innovación a través de los tiempos y su influencia en el desarrollo de la sociedad	Identifica ideas innovadoras en diferentes estados históricos.	Valora la importancia de la innovación a través de la historia	Prueba de entrada. Clase expositiva.	Identifica cinco ideas innovadoras a lo largo de la historia de la humanidad
2°	Importancia de la innovación para el desarrollo social de las organizaciones en la actualidad	Desarrolla técnicas innovadoras, para el desarrollo de las organizaciones	Valora la importancia de la innovación para el desarrollo de la empresa	Clase expositiva Enlaces URL.	Selecciona una idea innovadora utilizando una técnica innovadora
3°	Características del mercado que inducen a la generación de ideas innovadoras	Desarrolla criterios a tenerse en cuenta al momento de ejecutar una innovación	Valora criterios de análisis de innovaciones	Clase expositiva con participación de los alumnos.	Analiza tres casos posibles de innovación según las características de las organizaciones
4°	Importancia del conocimiento del perfil de los consumidores	Identifica las necesidades de los consumidores según características sociales	Discute la importancia de tratar los objetivos de la innovación	Casos de emprendimiento e innovación.	Discute el proyecto de la idea innovadora para complementar el desarrollo del curso
Unidad Didáctica I :	EVALUACIÓN DE LA UNIDAD DIDÁCTICA				
	EVIDENCIA DE CONOCIMIENTOS		EVIDENCIA DE PRODUCTO		EVIDENCIA DE DESEMPEÑO
	Desarrollo de cuestionarios y absolución de preguntas relacionado con la innovación y sus características principales		Presentación de una idea innovadora, sustentando las razones, en la búsqueda de una solución a la satisfacción de una necesidad humana		Registro de actitudes, y desempeño en las clases presenciales de parte de los alumnos, proporcionando alternativas de solución.





**UNIVERSIDAD
NACIONAL
JOSÉ FAUSTINO
SÁNCHEZ
CARRIÓN**

**FACULTAD DE INGENIERÍA INDUSTRIAL,
SISTEMAS E INFORMÁTICA**

Código: FIISI-SI-16

Versión: 01

PROCESO: PLANIFICACION

CAPACIDAD DE LA UNIDAD DIDÁCTICA II : En una sociedad altamente competitiva, **analiza** la importancia del liderazgo para llevar adelante una idea innovadora con espíritu emprendedor, **formulando un plan de negocios, valorando** la importancia del servicio de atención a los clientes

Semana	Contenidos			Estrategia didáctica	Indicadores de logro de la capacidad
	Cognitivos	Procedimental	Actitudinal		
5°	Rol del emprendedor en la organización, capaz de llevar adelante una idea innovadora	Clasifica el perfil de los buenos emprendedores	Valora la importancia de los emprendedores en el desarrollo de la sociedad	Presentación. PPT de emprendedores.	Identifica cinco perfiles de los emprendedores y su rol en el desarrollo institucional
6°	Plan de negocios según la idea innovadora en función la visión y la misión de la organización	Elabora el plan estratégico organizacional, analizando su FODA	Discute el FODA del emprendedor	Clase expositiva sobre análisis FODA	Formula la visión y misión para desarrollar el plan de negocios
7°	Técnicas de estudio de mercado para introducir un nuevo producto, en un mercado competitivo	Desarrolla técnicas cualitativas de estudios de mercado	Valora la importancia de conocer el mercado para introducir producto innovado	Clase expositiva con participación de alumnos	Explica el perfil del consumidor de acuerdo a las características del producto innovado
8°	Diseño del prototipo del producto para el lanzamiento en el mercado, según el perfil del consumidor	Diseña el prototipo del bien o servicio a introducir al mercado	Valora la importancia de la presentación del producto, en el mercado	Clase expositiva con participación de alumnos	Explica el diseño del prototipo del producto, teniendo en cuenta las características de su presentación
EVALUACIÓN DE LA UNIDAD DIDÁCTICA					
EVIDENCIA DE CONOCIMIENTOS		EVIDENCIA DE PRODUCTO		EVIDENCIA DE DESEMPEÑO	
Desarrollo de cuestionarios y absolución de preguntas relacionado con la innovación y sus características principales		Presentación de una idea innovadora, sustentando las razones, en la búsqueda de una solución a la satisfacción de una necesidad humana		Registro de actitudes, y desempeño en las clases presenciales de parte de los alumnos, proporcionando alternativas de solución	

**Unidad Didáctica
II :**





**UNIVERSIDAD
NACIONAL
JOSÉ FAUSTINO
SÁNCHEZ
CARRIÓN**

**FACULTAD DE INGENIERÍA INDUSTRIAL,
SISTEMAS E INFORMÁTICA**

Código: FIISI-SI-16

Versión: 01

PROCESO: PLANIFICACION

CAPACIDAD DE LA UNIDAD DIDÁCTICA III: En conformidad a los intereses del consumidor, **prioriza** estrategias de producción, a fin de que el bien lanzado al mercado sea **elaborado** en las condiciones deseadas, **valorando** la satisfacción de los clientes

Semana	Contenidos			Estrategia didáctica	Indicadores de logro de la capacidad
	Cognitivos	Procedimental	Actitudinal		
9°	Estimación de la demanda mediante técnicas cualitativas y técnicas cuantitativas	Desarrolla técnicas cualitativas y cuantitativas para estimar una demanda futura	Valora la importancia de aplicar técnicas para estimar una futura demanda	Clase expositiva. Separatas. PPT.	Analiza dos técnicas cualitativas o cuantitativas para el estudio de la oferta y demanda del bien
10°	Técnicas y estrategias de marketing de bienes y servicios	Elabora el marketing estratégico para afrontar la una posible competencia	Discute la importancia de desarrollar la estrategia de marketing	Clase expositiva. Separatas. PPT	Distingue el marketing estratégico del plan de negocios
11°	Importancia del conocimiento de los factores locacionales que inciden en la localización del negocio	Construye la tabla de selección de los factores locacionales que indican en la localización del negocio	Valora la importancia de los factores locacionales en la ubicación del plan de negocios	Clase expositiva. Separatas. PPT.	Debata cinco factores locacionales para ubicar un posible lugar de cinco productos
12°	Gestión del proceso productivo del desarrollo del bien, desde su ingreso como materia prima, hasta la obtención del producto final	Elabora las secuencias lógicas de producción del bien, servicio o proceso	Valora la importancia de conocer la secuencia operativa de elaboración del bien	Dinámicas grupales. Diseño de procesos	Formula el diagrama de proceso de operaciones, de las fases de elaboración del bien de acuerdo al plan de negocios

EVALUACIÓN DE LA UNIDAD DIDÁCTICA

EVIDENCIA DE CONOCIMIENTO	EVIDENCIA DE PRODUCTO	EVIDENCIA DE DESEMPEÑO
Desarrollo de cuestionarios y absolución de preguntas relacionado con el marketing y el proceso productivo	Presentación de una idea innovadora, sustentando las razones, en la búsqueda de una solución a la satisfacción de una necesidad humana	Registro de actitudes, y desempeño en las clases presenciales de parte de los alumnos, proporcionando alternativas de solución.

**Unidad
Didáctica III :**





**UNIVERSIDAD
NACIONAL
JOSÉ FAUSTINO
SÁNCHEZ
CARRIÓN**

**FACULTAD DE INGENIERÍA INDUSTRIAL,
SISTEMAS E INFORMÁTICA**

Código: FIISI-SI-16

Versión: 01

PROCESO: PLANIFICACION

CAPACIDAD DE LA UNIDAD DIDÁCTICA IV : Ante un mercado dinámico y competitivo, el emprendedor **analiza** la viabilidad técnica y económica del plan de negocios, **empleando** los indicadores financieros necesarios

Semana	Contenidos			Estrategia didáctica	Indicadores de logro de la capacidad
	Cognitivos	Procedimental	Actitudinal		
13°	Constitución jurídica del plan de negocios	Determina el tipo de personería jurídica, y el tipo de organización del plan de negocios	Valora la importancia de constituirse como persona jurídica y el tipo de sociedad empresarial	Clase expositiva, con participación de los alumnos.	Elige el tipo de sociedad el cual se constituirá el plan de negocios, así como su estructura organizacional
14°	Formulación del requerimiento de bienes y servicios para la formulación del presupuesto del plan de negocios	Clasifica las inversiones en inversiones fijas e inversiones intangibles	Valora la importancia de clasificar las inversiones según su naturaleza	Dinámicas grupales.	Elabora el cuadro de inversiones del plan de negocios, según el proceso operativo definido
15°	Estimación del punto de equilibrio, en concordancia a los requerimientos de costos, del plan de negocios	Clasifica los costos, en costos fijos, costos variables y costo total	Discute los diferentes componentes de costos que influyen en el PE equilibrio	Dinámicas grupales	Estima el PE del producto de su idea innovadora
16°	Importancia de la presentación y análisis del estado de pérdidas y ganancias del plan de negocios	Formula el estado de pérdidas y ganancias	Valora la importancia del estado de pérdidas y ganancias	Dinámica grupal entre los alumnos	Evalúa la formulación definitiva de plan de negocios, según las explicaciones dadas en clase

EVALUACIÓN DE LA UNIDAD DIDÁCTICA

Unidad Didáctica	EVIDENCIA DE CONOCIMIENTOS	EVIDENCIA DE PRODUCTO	EVIDENCIA DE DESEMPEÑO
	Desarrollo de cuestionarios y absolución de preguntas relacionado con la innovación y sus características principales	Presentación de una idea innovadora, sustentando las razones, en la búsqueda de una solución a la satisfacción de una necesidad humana	Registro de actitudes, y desempeño en las clases presenciales de parte de los alumnos, proporcionando alternativas de solución.





**UNIVERSIDAD
NACIONAL
JOSÉ FAUSTINO
SÁNCHEZ
CARRIÓN**

**FACULTAD DE INGENIERÍA INDUSTRIAL,
SISTEMAS E INFORMÁTICA**

Código: FIISI-SI-16

Versión: 01

PROCESO: PLANIFICACION

VI. MATERIALES EDUCATIVOS Y OTROS RECURSOS DIDÁCTICOS

Los materiales educativos y recursos didácticos que se utilizarán en el desarrollo del presente curso:

1. MEDIOS ESCRITOS

- Materiales convencionales como separatas, guías de prácticas y pizarra
- Material de apoyo del curso.

2. MEDIOS VISUALES Y ELECTRÓNICOS

- Materiales audiovisuales como videos
- Presentaciones multimedia, animaciones y simulaciones interactivas.
- Servicios telemáticos: sitios web, correo electrónico, chats, foros.

3. MEDIOS INFORMÁTICOS

- Lap top con conexión a internet
- Programas informáticos (CD u on-line) educativos
- Uso de plataformas virtual con fines educativos

VII. EVALUACIÓN

La Evaluación es inherente al proceso de enseñanza aprendizaje y será continua y permanente. Los criterios de evaluación son de conocimiento, de desempeño y de producto.

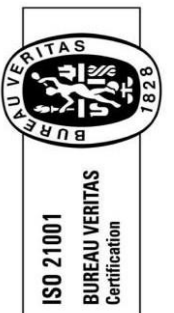
1. Evidencias de Conocimiento.

La Evaluación será a través de pruebas escritas y orales para el análisis y autoevaluación. En cuanto al primer caso, medir la competencia a nivel interpretativo, argumentativo y propositivo, para ello debemos ver como identifica (describe, ejemplifica, relaciona, reconoce, explica, etc.); y la forma en que argumenta (plantea una afirmación, describe las refutaciones en contra de dicha afirmación, expone sus argumentos contra las refutaciones y llega a conclusiones) y la forma en que propone a través de establecer estrategias, valoraciones, generalizaciones, formulación de hipótesis, respuesta a situaciones, etc.

En cuanto a la autoevaluación permite que el estudiante reconozca sus debilidades y fortalezas para corregir o mejorar.

Las evaluaciones de este nivel serán de respuestas simples y otras con preguntas abiertas para su argumentación.

1. EVIDENCIA DE CONOCIMIENTO	PORCENTAJE	PONDERACION	INSTRUMENTOS
1 • Estudios de Casos • Cuestionarios	5%	0.05	Cuestionario
2 • Sustentación oral • Argumentación de la investigación	7%	0.07	Cuestionario
3 • Exposiciones de los trabajos, y argumentación	8%	0.08	Cuestionario
4 • Exposiciones de los trabajos, y argumentación	10%	0.1	Cuestionario/videos
Total Evidencia de Conocimiento	30%	0.3	





**UNIVERSIDAD
NACIONAL
JOSÉ FAUSTINO
SÁNCHEZ
CARRIÓN**

**FACULTAD DE INGENIERÍA INDUSTRIAL,
SISTEMAS E INFORMÁTICA**

Código: FIISI-SI-16

Versión: 01

PROCESO: PLANIFICACION

2. Evidencia de Desempeño.

Esta evidencia pone en acción recursos cognitivos, recursos procedimentales y recursos afectivos; todo ello en una integración que evidencia un saber hacer reflexivo; en tanto, se puede verbalizar lo que se hace, fundamentar teóricamente la práctica y evidenciar un pensamiento estratégico, dado en la observación en torno a cómo se actúa en situaciones impredecibles.

La evaluación de desempeño se evalúa ponderando como el estudiante se hace investigador aplicando los procedimientos y técnicas en el desarrollo de las clases a través de su asistencia y participación asertiva.

2. EVIDENCIA DEL DESEMPEÑO	PORCENTAJE	PONDERACION	INSTRUMENTOS
1. Presentación oportuna del trabajo	5%	0.05	Responsabilidad en la entrega de avances de los proyectos formativos
2. Formular un procedimiento para hacer el mejor planteamiento de la solución posibles.	15%	0.15	
3. Discriminar las soluciones posibles y propone una solución la que permite resolver el problema.	15%	0,15	
Total Evidencia del Desempeño	35%	0.35	

3. Evidencia de Producto.

Están implicadas en las finalidades de la competencia, por tanto, no es simplemente la entrega del producto, sino que tiene que ver con el campo de acción y los requerimientos del contexto de aplicación.

La evaluación de producto de evidencia en la entrega oportuna de sus trabajos parciales y el trabajo final.

Además, se tendrá en cuenta la asistencia como componente del desempeño, el 30% de inasistencia inhabilita el derecho a la evaluación.

3. EVIDENCIA DEL PRODUCTO	PORCENTAJE	PONDERACION	INSTRUMENTOS
1. Presentación del primer avance del proyecto formativo.	5%	0.05	Trabajo impreso de acuerdo al formato establecido
2. Contenido de forma y fondo	15%	0,15	
3. Aportes hechos al trabajo	15%	0.15	
Total Evidencia del Producto	35%	0,35	

VARIABLES	PONDERACIONES	UNIDADES DIDÁCTICAS DENOMINADAS MÓDULOS
Evaluación de Conocimiento	30 %	El ciclo académico comprende 4
Evaluación de Producto	35%	
Evaluación de Desempeño	35 %	





**UNIVERSIDAD
NACIONAL
JOSÉ FAUSTINO
SÁNCHEZ
CARRIÓN**

**FACULTAD DE INGENIERÍA INDUSTRIAL,
SISTEMAS E INFORMÁTICA**

Código: FIISI-SI-16

Versión: 01

PROCESO: PLANIFICACION

Siendo el promedio final (PF), el promedio simple de los promedios ponderados de cada módulo (PM1, PM2, PM3, PM4)

$$PF = \frac{PM1 + PM2 + PM3 + PM4}{4}$$

CRONOGRAMA ACADEMICO



MODALIDAD DE ESTUDIOS: PRESENCIAL			
LOS PAGOS SE REALIZAN 24 HORAS ANTES			
N°	ACTIVIDADES ADMINISTRATIVAS	CRONOGRAMA	
		DEL	AL
1	Presentación de Expedientes inmersos en trámites de: reactualización, cambio de plan y cursos dirigidos.	15/12/2025	20/02/2026
2	Presentación de Expedientes para Convalidación de Asignaturas de Ingresantes inmersos en: Traslado Interno, externo, segunda carrera y traslados extraordinarios	15/12/2025	20/02/2026
3	Inscripción de Ingresante al Ciclo de Nivelación	22/12/2025	30/01/2026
4	Desarrollo de clases al Ciclo de Nivelación	02/02/2026	27/02/2026
5	MATRICULA REGULAR, incluye estudiantes inmersos en: Resactualización, Cambio de Plan, Traslados Internos, Externos, Amnistías Académicas, otros.	12/01/2026	22/03/2026
6	MATRICULA INGRESANTES	19/01/2026	22/03/2026
7	Matrícula Extemporánea (recargo del 50%)	23/03/2026	29/03/2026
8	Rectificación de Matrícula (Presencial: Oficina de Registros Académicos)	30/03/2026	14/04/2026
9	Reserva de Matrícula (Art. 81°) (*)	30/03/2026	17/04/2026
10	Reserva de Matrícula Excepcional (Art. 81°) (*)	20/04/2026	15/05/2026
11	Reserva de Matrícula Extraordinaria (Art. 81°) (*)	18/05/2026	12/06/2026
12	Autorización con acto resolutivo de cursos por extinción de alumnos matriculados (menos de 8 estudiantes) ART. 76*	30/03/2026	24/04/2026
ACTIVIDADES DE LA FACULTAD			
13	Programación de cursos del semestre académico en el sistema de INTRANET	01/12/2025	05/12/2025
14	Distribución de Carga Lectiva (Asambleas de docentes)	10/12/2025	12/12/2025
15	Ingreso de Carga Lectiva al sistema (Jefe de Departamento Académico)	15/12/2025	19/12/2025
16	Ingreso y publicación de horarios en el sistema (Director de Escuela)	22/12/2025	28/12/2025
17	Entrega obligatoria bajo responsabilidad su(s) sílabo (sílabos) al Director del Departamento Académico	02/03/2026	27/03/2026
18	El docente responsable comenta el sílabo de las asignaturas a su cargo	PRIMER DÍA DE CLASES	
EVALUACIONES DEL SEMESTRE ACADÉMICO			
	Módulo I	20/04/2026	24/04/2026
	Módulo II - I PARCIAL (Plan por Objetivos)	18/05/2026	22/05/2026
	Módulo III	15/06/2026	19/06/2026
	Módulo IV - II PARCIAL (Plan por objetivos)	13/07/2026	17/07/2026
	Examen Sustitutorio (Plan por Objetivos)	17/07/2026	
INGRESO DE NOTAS AL SISTEMA			
	Módulo I	27/04/2026	03/05/2026
	Módulo II - I PARCIAL (Plan por objetivos)	25/05/2026	31/05/2026
	Módulo III	22/06/2026	28/06/2026
	Módulo IV - II PARCIAL (Plan por objetivos)	20/07/2026	26/07/2026
	FINALIZAR Y GENERAR ACTA POR EL DOCENTE RESPONSABLE DEL CURSO A CARGO	20/07/2026	26/07/2026
	IMPRESIÓN Y FIRMA DE ACTAS POR PARTE DE: ORAA Y DOCENTE DE CURSO	20/07/2026	27/07/2026
Al finalizar cada Módulo y/o Parcial el Director de Escuela Profesional Informa al Decano el incumplimiento de los docentes sobre el ingreso de notas al sistema, en sus dos modalidades.			
Inicio y término de clases		30/03/2026	17/07/2026

(*) RCU N° 0816-2018-CU-UNJFSC



VIII. BIBLIOGRAFÍA Y REFERENCIAS WEB

UNIDAD DIDACTICA I:

Covey, S. R. (2009). *Los siete hábitos de la gente altamente efectiva*. México D.F. Ed. Paidós Mexicana S.A.

Kau, M. (2014). *El futuro de nuestra mente*. Lima, Perú: Ed. Penguin Random House, Grupo Editorial.

Kelley, T. (2018). *Las diez caras de la innovación*. Barcelona, España: Ed. Espasa - Paidós Libros.



UNIVERSIDAD
NACIONAL
JOSÉ FAUSTINO
SÁNCHEZ
CARRIÓN

FACULTAD DE INGENIERÍA INDUSTRIAL, SISTEMAS E INFORMÁTICA

Código: FIISI-SI-16

Versión: 01

PROCESO: PLANIFICACION

Murcia Cabra, H. H. (2011). *Creatividad e innovación para el desarrollo empresarial*. Bogotá, Colombia: Ediciones de la U, 2010.

Ries Al & Trout Jack. (1991). *Intuiciones Ganadoras*. México. Editorial Mc Graw Hill.

Solanellas, P. (2023). *Liderazgo en Innovación*, Barcelona, España: Ed. Gráficas Rey

https://www.upo.es/upotec/static/upload/files/INNO_3590_FTFXIV_El_arte_de_innovar_y_emprenderv2_.pdf. El arte de innovar y emprender

<http://www.aragonemprendedor.com/archivos/descargas/5-claves-para-innovar.pdf>. cinco claves para innovar

https://www.youtube.com/watch?v=w_tWRWJ4q50 Crea Tu Mente Empresarial - Mauricio Benoist

UNIDAD DIDACTICA II:

Blank, S., & Dorf, B. (2013). *El manual del emprendedor*. Barcelona; España: Ed. Gestión 2000.

Greene, R. (2012). *Las 33 estrategias de la guerra*. Madrid, España: Ed. Espasa Calpe.

Kau, M. (2014). *El futuro de nuestra mente*. Lima, Perú: Ed. Penguin Random House, Grupo Editorial.

Kau, M. (2016). *La física del futuro*. Barcelona, España: Ed. Mondadori S. A.

Klaric, J. (2014). *Véndele a la gente, no a la mente*. Lima, Perú. Ed. BiiA Internacional Publishing.

Phimister Alexander & Torruella Albert. (2021). *el libro de la innovación*. Barcelona, España. Ed. Virtuts Angulo

Ries Eric. (2019). *El método Lean Startup* Barcelona, España: Ediciones Deusto

Snarch, A. (2001). *Nuevo producto: Creatividad, innovación y marketing*. Bogotá, Colombia. Ed. Mc Graw Hill. (658.83/S31N):

<https://www.youtube.com/watch?v=-IXYw4CiK0U> Cómo Emprender Negocios Exitosos / Jürgen Klarić

<https://www.youtube.com/watch?v=Qfchx7tlmuo> Ricardo Perret - ¿Qué es innovación?

https://www.youtube.com/watch?v=Ui5R6G_PdNw ¿Qué tienen en común la innovación en un producto o la innovación en tu vida? Por: Ricardo Perret

<https://www.youtube.com/watch?v=4G1FZwyFm1w> Cómo crear una empresa innovadora en el siglo XXI

https://www.youtube.com/watch?v=omuVI_PTyQ 15 ideas de negocios rentables que funcionan con servicio a domicilio

https://www.youtube.com/watch?v=YQmR9g_uVs 5 claves para emprender con éxito y vivir de tu pasión | Sergio Fernandez, Máster de Emprendedores

UNIDAD DIDACTICA III:

Greene, R. (2012). *Las 33 estrategias de la guerra*. Madrid, España: Ed. Espasa Calpe.

Kau, M. (2014). *El futuro de nuestra mente*. Lima, Perú: Ed. Penguin Random House, Grupo Editorial.





UNIVERSIDAD
NACIONAL
JOSÉ FAUSTINO
SÁNCHEZ
CARRIÓN

FACULTAD DE INGENIERÍA INDUSTRIAL,
SISTEMAS E INFORMÁTICA

Código: FIISI-SI-16

Versión: 01

PROCESO: PLANIFICACION

- Klaric, J. (2014). *Véndele a la gente, no a la mente*. Lima, Perú. Ed. BiiA Internacional Publishing.
- Tracy, B. (2017). *Mercadotecnia*. EE UU: Grupo Nelson.
- Ulrich, K., & Eppinger, S. (2009). *Diseño y desarrollo de productos*. México D. F. Ed. Mc Graw Hill.

UNIDAD DIDACTICA IV:

- Greene, R. (2012). *Las 33 estrategias de la guerra*. Madrid, España: Ed. Espasa Calpe.
- Klaric, J. (2014). *Véndele a la gente, no a la mente*. Lima, Perú. Ed. BiiA Internacional Publishing.
- Phimister Alexander & Torruella Albert. (2021). *el libro de la innovación*. Barcelona, España. Ed. Virtuts Angulo
- Ries Eric. (2019). *El método Lean Startup* Barcelona, España: Ediciones Deusto
- Snarch, A. (2001). *Nuevo producto: Creatividad, innovación y marketing*. Bogotá, Colombia. Ed. Mc Graw Hill. (658.83/S31N):
- Ulrich, K., & Eppinger, S. (2009). *Diseño y desarrollo de productos*. México D. F. Ed. Mc Graw Hill.

<https://www.youtube.com/watch?v=x4TlbtgnzPA> Estado de pérdidas y ganancias

<https://www.youtube.com/watch?v=yKXwLn3LZuM> Estado de resultado de pérdidas y ganancias



Huacho, marzo de 2026

Ing. Moisés Emilio Armas Inga
Docente Principal