



**“UNIVERSIDAD NACIONAL “JOSÉ FAUSTINO SÁNCHEZ CARRIÓN”
FACULTAD DE CIENCIAS EMPRESARIALES
ESCUELA PROFESIONAL DE ADMINISTRACIÓN**

SILABO POR COMPETENCIAS

**CURSO: EMPRENDIMIENTO
EMPRESARIAL (E)**

**DOCENTE: M(o) NANCY MARIELA
VELASQUEZ SUSANIBAR**

**SEMESTRE ACADÉMICO
2026 - II**

SÍLABO POR COMPETENCIAS CURSO: EMPRENDIMIENTO EMPRESARIAL

I. DATOS GENERALES

Línea de Carrera	Formación General
Curso	Emprendimiento Empresarial
Código del Curso	45204
Horas Semanales	Hrs. Totales: 05
Ciclo	VIII
Sección	"A"

II. SUMILLA Y DESCRIPCIÓN DEL CURSO

El estudiante será capaz de conocer y usar las herramientas para formular propuestas empresariales novedosas, su contenido temático inicia explicando las características del emprendedor, luego explica las tendencias actuales de los demandantes y ofertantes y culmina analizando los nuevos negocios de la actualidad.

El contenido de la asignatura comprende:

- **El emprendimiento.** Emprendedor. Emprendimiento y Marketing.
- **Factores clave del Éxito emprendedor.** Idea de Negocios: Formalización y Planeamiento.
- **El Empresario.** La Imagen Empresarial. Estudio de Mercado: Idea de Negocios.
- **Protección de la Propiedad Intelectual.** Incubadoras de Empresas. Estudio Técnico y Económico: Idea de Negocios.

COMPETENCIA:

- Muestra actitud de permanente creatividad, innovación y emprendimiento para la solución de los problemas básicos de la formación personal y profesional, con visión

para proponer alternativas, identifica su perfil personal considerando las características emprendedoras personales como fundamento para formular su Plan de Vida aplica técnicas creativas para el desarrollo de una iniciativa emprendedora, considerando las variables del mercado.

- Reconoce experiencias exitosas de emprendimiento en el Perú, tomando en contexto económico, social y empresarial.
- Evalúa diversas experiencias exitosas e iniciativas empresariales universitarias de la universidad, considerando su contribución al desarrollo del país y formación profesional.

III. CAPACIDADES AL FINALIZAR EL CURSO

	CAPACIDAD DE LA UNIDAD DIDACTICA	NOMBRE DE LA UNIDAD DIDÁCTICA	SEMANAS
UNIDAD I	Reconoce fundamentos de emprendimiento y habilidades del emprendedor mediante la exposición de casos locales e internacionales de éxito.	EL EMPRENDIMIENTO	1-4
UNIDAD II	Identifica y define ideas de negocio mediante técnicas de generación de nuevos modelos de negocios, tomando pautas para constituir, formalizar y plantear un negocio.	IDEA DE NEGOCIO	5-8
UNIDAD III	Evalúa y analiza el tipo y sector del negocio mediante técnicas usadas en el estudio de mercado para hacer viable su proyecto de vida.	ESTUDIO DE MERCADO	9-12
UNIDAD IV	Aplica y diseña estudios técnicos y económicos del negocio, así como los aspectos de organización y operaciones finales.	ESTUDIO TÉCNICO Y ECONÓMICO	13-16

IV. E CAPACIDADES AL FINALIZAR EL CURSO

N°	INDICADORES DE CAPACIDAD AL FINALIZAR EL CURSO
1	Identifica las acciones emprendedoras de negocio. En el contexto Competitividad en la Globalización.
2	Diferencia las estructuras y modelos de empresas estratégicas en una economía de libre mercado
3	Ejemplariza un emprendimiento considerando el estudio de mercado acorde de la coyuntura mundial 2022.
4	Diseña creativamente una actividad económica con una tendencia sostenible.+
5	Utiliza nuevas ideas creativas que permite ordenarlas a la hora de definir cuál será el modelo de negocio
6	Propone ideas de negocios en función a las necesidades de su región considerando los sectores económicos de su entorno
7	Evalúa y selecciona las mejores ideas de negocios de acuerdo a las necesidades de su localidad.
8	Conecta a través de su marca en blog de dominio personal.
9	Aplica las técnicas creativas orientadas a desarrollar el emprendimiento.
10	Explica los tópicos para realizar un estudio de mercado: en el contexto de la Productividad, rentabilidad y competitividad
11	Define cómo su producto o servicio creará valor para sus clientes
12	Define los aspectos clave de tu negocio: cómo se relacionan y compensan entre sí.
13	Bosqueja el plan de negocios, con los conocimientos adquiridos sustentado en la idea de negocio.
14	Sustenta su plan de negocios, formulado acorde a su idea de negocio.
15	Identifica experiencias de universidad -empresa para tomar como premisa emprendimientos futuros.
16	Explica todas las partes del plan de negocios, considerando su importancia en la organización y ejecución de las ideas propuestas.

V. DESARROLLO DE LAS UNIDADES DIDÁCTICAS:

Unidad Didáctica I: EL EMPRENDIMIENTO	CAPACIDAD DE LA UNIDAD DIDÁCTICA I: Reconoce fundamentos de emprendimiento y habilidades del emprendedor mediante la exposición de casos locales e internacionales de éxito.					
	SEMANA	CONTENIDOS			ESTRATEGIAS DE LA ENSEÑANZA	INDICADORES DE LOGRO DE LA CAPACIDAD
		CONCEPTUAL	PROCEDIMENTAL	ACTITUDINAL		
	1	El Cambio; Productividad y Competitividad en la Globalización y Mundialización Social, económica y Organizacional. Pensamiento crítico	Define y estructura acciones emprendedoras de negocio. Realiza estudios de mercado: Productividad, rentabilidad y competitividad. Organiza y estudia estructuras y modelos de empresas estratégicas para competir en el mercado. Desarrolla e integra equipos de trabajo para emprendimientos, de acuerdo al estudio de mercado. Adquiere conocimientos, metodologías para desarrollar su creatividad e innovación.	Asume acciones emprendedoras de negocio. Enfocado a la productividad y competitividad. Se interesa en el estudio de las estructuras y modelos de empresas estratégicas. Valora la integración y equipos de trabajo para emprendimiento. Respeto y considera las metodologías para desarrollar su creatividad e innovación.	Motivación al inicio de cada clase Expositiva (Docente/Alumno) • Uso de pizarra, videos, presentación dinámica. Debate dirigido • Trabajo en equipo, análisis de casos. Lectura • Uso de repositorios digitales, copia de fuentes de información Lluvia de ideas (Saberes previos) • Foros, Chat en el aula virtual	Identifica las acciones emprendedoras de negocio. En el contexto Competitividad en la Globalización. Diferencia las estructuras y Modelos de empresas estratégicas en una economía de libre mercado Ejemplariza un emprendimiento considerando el estudio de mercado acorde de la coyuntura mundial 2022. Diseña creativamente una actividad económica con una tendencia sostenible.
	2	El enfoque sistémico y holístico de las organizaciones. Cultura Emprendedora.				
	3	El Emprendedor: características, habilidades y competencias. Emprendimiento ventajas y desventajas.				
	4	La creatividad como fuente del Desarrollo personal y organizacional. Innovación y desarrollo sustentable. Objetivo SMART				
	EVALUACIÓN DE LA UNIDAD DIDÁCTICA					
	EVIDENCIA DE CONOCIMIENTOS		EVIDENCIA DE PRODUCTO		EVIDENCIA DE DESEMPEÑO	
	• Estudio de Casos relativos a los temas tratados. • Luego de cada sesión teórica se evaluará a los estudiantes.		• Entrega de casos resueltos en equipos de trabajo. • Soluciones a temas propuestos con retroalimentación		• Asistencia puntual y participación oportuna en el desarrollo de los contenidos.	

Unidad Didáctica II: IDEA DE NEGOCIO

CAPACIDAD DE LA UNIDAD DIDÁCTICA II: Identifica y define ideas de negocio mediante técnicas de generación de nuevos modelos de negocios, tomando pautas para constituir, formalizar y plantear un negocio.						
SEMANA	CONTENIDOS			ESTRATEGIAS DE LA ENSEÑANZA	INDICADORES DE LOGRO DE LA CAPACIDAD	
	CONCEPTUAL	PROCEDIMENTAL	ACTITUDINAL			
5	Definiendo mi proyecto, Fuerza de Porter, Modelo de Negocio Bussines Canvas	Adquiere conocimientos, metodologías y praxis para desarrollar la creatividad e innovación, necesarios por el mercado. Desarrollar sesiones de trabajo, como emprendedores y asume diferentes roles de acuerdo al significado de cada sombrero. Conocer las herramientas para alcanzar por completo la rentabilidad o, por lo menos, el punto de equilibrio.	Cumple en desarrollar minuciosamente la creatividad e innovación, en la organización acorde de las necesidades de mercado.	Motivación al inicio de cada clase Expositiva (Docente/Alumno) • Uso de pizarra, videos, presentación dinámica. Debate dirigido • Trabajo en equipo, análisis de casos. Lectura • Uso de repositorios digitales, copia de fuentes de información Lluvia de ideas (Saberes previos) • Foros, Chat en el aula virtual	Utiliza nuevas ideas creativas que permite ordenarlas a la hora de definir cuál será el modelo de negocio.	
6	Los sombreros para pensar, de Edward de Bono Generación de ideas de negocio Las 7P del Marketing		Permite hacer uso Los sombreros para pensar, de Edward de Bono para poder generar ideas de negocio.		Mantener un buen control de su economía, registrar transacciones, monitorear pagos y hacer el presupuesto.	Propone ideas de negocios en función a las necesidades de su región considerando los sectores económicos de su entorno Evalúa y selecciona las mejores ideas de negocios de acuerdo a las necesidades de su localidad.
7	Cómo gestionar mi negocio					
8	Mi Marca: Construyendo mi marca, Herramientas de venta (Storytellyng, Pich elevator)	Empezar a trabajar tu blog, tu dominio personal, crear un logo y crearte una cuenta en diferentes perfiles sociales sin tener que gastarte demasiado.	Busca conectar con otras personas de tu sector que te ayuden en tu estrategia.		Conecta a través de su marca en blog de dominio personal.	
EVALUACIÓN DE LA UNIDAD DIDÁCTICA						
EVIDENCIA DE CONOCIMIENTOS		EVIDENCIA DE PRODUCTO		EVIDENCIA DE DESEMPEÑO		
• Estudio de Casos relativos a los temas tratados. • Luego de cada sesión teórica se evaluará a los estudiantes.		• Entrega de casos resueltos en equipos de trabajo. • Soluciones a temas propuestos con retroalimentación		• Asistencia puntual y participación oportuna en el desarrollo de los contenidos.		

Unidad Didáctica III: ESTUDIO DE MERCADO_IDEA DE NEGOCIO.

CAPACIDAD DE LA UNIDAD DIDÁCTICA III: Evalúa y analiza el tipo y sector del negocio mediante técnicas usadas en el estudio de mercado para hacer viable su proyecto de vida.					
SEMANA	CONTENIDOS			ESTRATEGIAS DE LA ENSEÑANZA	INDICADORES DE LOGRO DE LA CAPACIDAD
	CONCEPTUAL	PROCEDIMENTAL	ACTITUDINAL		
9	Innovación y creatividad y técnicas creativas orientadas al desarrollo del emprendimiento, social, empresarial y familiar	Evalúa y selecciona las mejores iniciativas emprendedoras aplicando las técnicas creativas de acuerdo a las necesidades de los distritos seleccionados.	Observa los videos seleccionados, analiza y opina críticamente, explicando a detalle.	Motivación al inicio de cada clase Expositiva (Docente/Alumno) • Uso de pizarra, videos, presentación dinámica. Debate dirigido • Trabajo en equipo, análisis de casos. Lectura • Uso de repositorios digitales, copia de fuentes de información Lluvia de ideas (Saberes previos) • Foros, Chat en el aula virtual	Aplica las técnicas creativas orientadas a desarrollar el emprendimiento. Explica los tópicos para realizar un Estudio de mercado: en el contexto de la Productividad, rentabilidad y competitividad Define cómo su producto o servicio creará valor para sus clientes Define los aspectos clave de tu negocio: cómo se relacionan y compensan entre sí.
10	Estudio de mercado, segmentación de mercados y los estilos de vida en el Perú	Estudio de mercado, segmentación de mercados y los estilos de vida en el Perú.	Analiza Dilema ético: La publicidad engañosa y la falsa expectativa en los consumidores.		
11	Lienzo de valor, matriz del CANVAS.	Compara resultados del estudio de mercado en relación con la propuesta de valor de la matriz de CANVAS	Desarrollar su matriz CANVAS de su iniciativa emprendedora seleccionada		
12	Lienzo de valor, matriz del CANVAS	Analiza el estudio de mercado y sus aspectos clave interrelacionados	Absuelve consultas sobre la Matriz Canvas, demostrando dominio sobre el.		
EVALUACIÓN DE LA UNIDAD DIDÁCTICA					
EVIDENCIA DE CONOCIMIENTOS		EVIDENCIA DE PRODUCTO		EVIDENCIA DE DESEMPEÑO	
• Estudio de Casos relativos a los temas tratados. • Luego de cada sesión teórica se evaluará a los estudiantes.		• Entrega de casos resueltos en equipos de trabajo. • Soluciones a temas propuestos con retroalimentación		• Asistencia puntual y participación oportuna en el desarrollo de los contenidos.	

Unidad Didáctica IV: : ESTUDIO TÉCNICO Y ECONOMICO:IDEA DE NEGOCIOS.

CAPACIDAD DE LA UNIDAD DIDÁCTICA IV: Aplica y diseña estudios técnicos y económicos del negocio, así como los aspectos de organización y operaciones finales.					
SEMANA	CONTENIDOS			ESTRATEGIAS DE LA ENSEÑANZA	INDICADORES DE LOGRO DE LA CAPACIDAD
	CONCEPTUAL	PROCEDIMENTAL	ACTITUDINAL		
13	Desarrollo del Plan de Negocios	Estructura el plan de negocios, considerando el desarrollo de las partes que contiene.	Organiza y aplica su creatividad y conocimientos adquiridos en el plan de negocios.	Motivación al inicio de cada clase Expositiva (Docente/Alumno) • Uso de pizarra, videos, presentación dinámica. Debate dirigido • Trabajo en equipo, análisis de casos. Lectura • Uso de repositorios digitales, copia de fuentes de información Lluvia de ideas (Saberes previos) • Foros, Chat en el aula virtual	Bosqueja el plan de negocios, con los conocimientos adquiridos sustentado en la idea de negocio.
14	Desarrollo del Plan de Negocios	Ejecuta el plan de negocios, como resultado de los conocimientos adquiridos.	Respetael proceso de Desarrollo del Plan de Negocios.		Sustenta su plan de negocios, formulado acorde a su idea de negocio
15	Relaciones Universidad – Empresa para lograr emprendedores – empresarios exitosos	Visitar empresas y traer empresarios a la FCA para integrar la comunidad universitaria a la comunidad empresarial	Toma conciencia de la Relación Universidad – Empresa para lograr emprendedores - empresarios exitosos		Identifica experiencias de universidad -empresa para tomar como premisa emprendimientos futuros
16	La Sustentación de Proyectos	Exposición de proyectos de emprendimiento, según el plan de negocios desarrollado.	Expone con seguridad y claridad las ideas innovadoras para el publico		Explica todas las partes del plan de negocios, considerando su importancia en la organización y ejecución de las ideas propuestas.
EVALUACIÓN DE LA UNIDAD DIDÁCTICA					
EVIDENCIA DE CONOCIMIENTOS		EVIDENCIA DE PRODUCTO		EVIDENCIA DE DESEMPEÑO	
• Estudio de Casos relativos a los temas tratados. • Luego de cada sesión teórica se evaluará a los estudiantes.		• Entrega de casos resueltos en equipos de trabajo. • Soluciones a temas propuestos con retroalimentación		• Asistencia puntual y participación oportuna en el desarrollo de los contenidos.	

VI. MATERIALES EDUCATIVOS Y OTROS RECURSOS DIDÁCTICOS

Se utilizarán todos los materiales y recursos requeridos de acuerdo a la naturaleza de los temas programados. Básicamente serán:

1. MEDIOS ESCRITOS:

- Separatas con contenidos temáticos
- Guías académicos
- Casos Prácticos
- Lectura de contenidos contrastados con la realidad
- Libros seleccionados según bibliografía
- Revistas Empresariales Pizarra interactiva
- Copia de documentos

2. MEDIOS VISUALES Y ELECTRÓNICOS

- Pizarra interactiva
- Pizarra y Plumones
- Videos y Experiencias
- Proyector Multimedia
- Repositorios de datos
- Aula virtual
- Servicios telemáticos:
 - Sitios web
 - Correos Electrónicos
 - Foros, etc.

3. MEDIOS INFORMÁTICOS

- Computadora
- Wi-fi
- Internet

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 cómo 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.

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 cómo el estudiante aplica los procedimientos y técnicas en el desarrollo de las clases a través de su asistencia y participación asertiva.

3. Evidencias 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 se evidencia en la entrega oportuna de sus trabajos mensuales 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.

Los promedios de las unidades didácticas se determinarán con base al siguiente cuadro:

VARIABLES	PONDERACIONES	UNIDADES DIDÁCTICAS DENOMINADAS MÓDULOS
Evaluación de Conocimiento	20 %	El ciclo académico comprende 4 módulos
Evaluación de Producto	40 %	
Evaluación de Desempeño	40 %	

Siendo el promedio final (PF), el promedio simple de los promedios ponderados de cada módulo (PM1, PM2, PM3, PM4); calculado de la siguiente manera:

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

VIII. BIBLIOGRAFÍA Y REFERENCIAS WEB

UNIDAD DIDÁCTICA I

Fuentes Documentales:

Fasiolo, Carlos (2009). "Emprender el camino: Estrategia, estructura y plan de negocios".

Editorial Buyatti 2da edición.

García, Fernando (2010). "Metodología para el logro exitoso de la formación de directivos"

editorial San Marcos.

UNIDAD DIDACTICA II

Fuentes Bibliográficas:

- Kantis, Hugo (2014). "Índice de condiciones sistémicas para el emprendimiento dinámico". 1ª edición. Mercosur
- Lederman, Messina, Pienknagura & Rigolini (2014). "El emprendimiento en América Latina". Banco Mundial

Fuentes Electrónicas:

- https://www.jica.go.jp/paraguay/espanol/office/others/c8h0vm0000ad5gkeatt/info_1_1_02.pdf

UNIDAD DIDACTICA III

Fuentes Bibliográficas:

- Ministerio de Trabajo (2005). "Como elaborar mi plan de negocios". Editorial Ministerio de Trabajo
- Santesmases, Miguel (2009). "Diseño y análisis de encuestas en investigación social y de mercados" Primera edición, editorial Pirámide.

Fuentes Electrónicas:

- https://www.accioncontraelhambre.org/sites/default/files/documents/u.d.1_la_persona_emprendedora.pdf

UNIDAD DIDACTICA IV

Fuentes Bibliográficas:

- Valverde, Zoila (2009). "Guía de ideas y plan de negocios". 1ª edición. Ministerio de Educación. Lima. Perú
- Vega, Ignacio (2012). "Procesos productivos Obtenga la máxima rentabilidad" 2da edición, editorial ECOE

Fuentes Electrónicas:

- <https://www.gemconsortium.org/images/media/2019-libro-emprendimiento-einnovacion-1582231052.pdf>

IX. Docente del Curso

MAGNITUD CAUSAL OBJETO DEL PROBLEMA	ACCIÓN METRICA DE VINCULACIÓN	CONSECUENCIA VINCULANTE DE LA ACCIÓN
Falta de comunicación entre los miembros del equipo debido a diferentes estilos de comunicación, falta de reuniones regulares, falta de claridad en las expectativas.	Implementar un sistema de comunicación claro, establecer reuniones regulares, definir roles y responsabilidades en un 90%.	Mejora en la colaboración, reducción de errores, mayor eficiencia en el trabajo.
Falta de planificación y organización al no definir objetivos claros, no establecer plazos, no asignar recursos adecuadamente.	Desarrollar un plan de trabajo detallado, establecer plazos realistas, asignar recursos de forma eficiente en un 100%.	Mayor productividad, entrega a tiempo, mejor gestión de tiempo y recursos.
Falta de motivación en el equipo, además de un trabajo repetitivo, falta de reconocimiento, falta de oportunidades de desarrollo.	Ofrecer oportunidades de aprendizaje y desarrollo, implementar sistemas de reconocimiento en un 95%	Mayor compromiso, mayor productividad, menor rotación de personal.
Falta de herramientas y recursos, se tiene un presupuesto limitado, falta de acceso a la tecnología adecuada, falta de capacitación.	Buscar financiamiento adicional, invertir en herramientas y tecnología, brindar capacitación a los miembros del equipo en un 100%.	Mayor eficiencia, mejor calidad del trabajo, mayor satisfacción del equipo.

Huacho, 14 de Agosto de 2026



Universidad Nacional
"José Faustino Sánchez Carrión"

M(o). Nancy Mariela Velasquez Susanibar
Docente

