

Universidad Nacional de San Agustín  
VICE RECTORADO ACADÉMICO  
SILABO

CODIGO DEL CURSO: ET101

<b>1 Datos Generales</b>	<b>FACULTAD :</b> Ingeniería de Producción y Servicios					
	<b>DEPARTAMENTO :</b> Ingeniería de Sistemas e Informática			<b>ESCUELA :</b> Ciencia de la Computación		
	<b>PROFESOR :</b>					
	<b>TÍTULO :</b>					
	<b>ASIGNATURA :</b> Formación de Empresas de Base Tecnológica I					
	<b>PREREQUISITO:</b> CS401		<b>CREDITOS:</b> 3		<b>Año:</b> 2010-1	
				<b>Sem:</b> 8 <sup>vo</sup> Semestre.		
<b>Horario</b>		Lun	Mar	Mie	Jue	Vie
<b>Total Semanal</b>						Sáb
<b>Aula</b>						
				<b>Total Horas:</b> 2 HT;		
				2 HT		
				2 HP		

**2 Exposición de Motivos** Este es el primer curso dentro del área formación de empresas de base tecnológica, tiene como objeto la formación profesional de conocimientos, actitudes y aptitudes que le permitan elaborar un plan de negocio de base tecnológica. El curso está dividido en las siguientes unidades: Introducción, Creatividad, Oportunidad, el modelo Canvas, Customer Development y Lean Startup, Aspectos Legales y Marketing, Organización de empresa y Presentación.  
Se busca aprovechar el potencial creativo e innovador y el esfuerzo de los alumnos en la creación de una empresa.

- 2 Objetivo**
- Que el alumno conozca como elaborar un plan de negocio para dar inicio a una empresa de base tecnológica
  - Que el alumno sea capaz de realizar, usando modelos de negocio, la concepción y presentación de una propuesta de negocio.

	Objetivos Específicos	Contenidos
<b>3 Contenido Temático 3 Introducción (5 horas)</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Identificar características de los emprendedores</li> <li>▪ Introducir modelos de negocio</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Emprendedor, emprendimiento e innovación tecnológica</li> <li>▪ Modelos de negocio</li> <li>▪ Formación de equipos</li> </ul> <p style="text-align: right;">[2], [6], [5]</p>

	Objetivos Específicos	Contenidos	Horas	F
<b>3 Creatividad (5 horas)</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Plantear correctamente la vision y misión de empresa</li> <li>▪ Caracterizar una propuesta de valor innovadora</li> <li>▪ Identificar los diversos tipos y fuentes de innovación</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Visión</li> <li>▪ Misión</li> <li>▪ La Propuesta de valor</li> <li>▪ Creatividad e invención</li> <li>▪ Tipos y fuentes de innovación</li> <li>▪ Estrategia y Tecnología</li> <li>▪ Escala y ámbito</li> </ul> <p style="text-align: right;">[2], [1], [5]</p>		

	<b>Objetivos Específicos</b>	<b>Contenidos</b>
<b>3 De la Idea a la Oportunidad (5 horas)</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Conocer estrategias empresariales</li> <li>▪ Caracterizar barreras y ventajas competitivas</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Estrategia de la Empresa</li> <li>▪ Barreras</li> <li>▪ Ventaja competitiva sostenible</li> <li>▪ Alianzas</li> <li>▪ Aprendizaje organizacional</li> <li>▪ Desarrollo y diseño de productos</li> </ul> <p>[2], [6], [7], [5]</p>

	<b>Objetivos Específicos</b>	<b>Contenidos</b>	<b>H</b>
<b>3 El Modelo Canvas (20 horas)</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Conocer los elementos del modelo Canvas</li> <li>▪ Elaborar un plan de negocio basado en el modelo Canvas</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Creación de un nuevo negocio</li> <li>▪ El plan de negocio</li> <li>▪ Canvas</li> <li>▪ Elementos del Canvas</li> </ul> <p>[6], [1], [5]</p>	

	<b>Objetivos Específicos</b>	<b>Contenidos</b>
<b>3 Customer Development y Lean Startup (20 horas)</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Conocer y aplicar el modelo Customer Development</li> <li>▪ Conocer y aplicar el modelo Lean Startup</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Aceleración versu</li> <li>▪ Customer Develop</li> <li>▪ Lean Startup</li> </ul> <p>[1], [7], [5]</p>

	<b>Objetivos Específicos</b>	<b>Contenidos</b>
<b>3 Aspectos Legales y Marketing (5 horas)</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Conocer los aspectos legales necesarios para la formación de una empresa tecnológica</li> <li>▪ Identificar segmentos de mercado y objetivos de marketing</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Aspectos Legales y tributario la constitución de la empresa</li> <li>▪ Propiedad intelectual</li> <li>▪ Patentes</li> <li>▪ Copyrights y marca registrada</li> <li>▪ Objetivos de marketing y segmento de mercado</li> <li>▪ Investigación de mercado y búsqueda de clientes</li> </ul> <p>[2], [7], [3], [4], [5]</p>

	Objetivos Específicos	Contenidos
<b>3 Finanzas de la Empresa (5 horas)</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Definir un modelo de costos y utilidades</li> <li>▪ Conocer las diversas fuentes de financiamiento</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Modelo de costos</li> <li>▪ Modelo de utilidades</li> <li>▪ Precio</li> <li>▪ Plan financiero</li> <li>▪ Formas de financiamiento</li> <li>▪ Fuentes de capital</li> <li>▪ Capital de riesgo</li> </ul> <p>[2], [1], [5]</p>

	Objetivos Específicos	Contenidos	Horas
<b>3 Presentación (5 horas)</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Conocer las diversas formas de presentar propuestas de negocio</li> <li>▪ Realizar la presentación de una propuesta de negocio</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ The Elevator Pitch</li> <li>▪ Presentación</li> <li>▪ Negociación</li> </ul> <p>[2], [1], [5]</p>	

#### 4 Actividades

- Asignaciones
- Controles de Lectura
- Exposiciones

#### 5 Recursos Materiales

- Apuntes del curso
- Libro(s) de la bibliografía

#### 6 Metodología

- Clase Magistral.
- Taller didáctico.
- Social Constructivismo.
- Prácticas personales y en grupo.

#### 7 Evaluación

La nota final (*NF*) se obtiene de la siguiente manera:

**NE** Nota de Exámenes 60 %, esta nota se divide en

- Exámen Parcial 40 %
- Examen Final 60 %

**NT** Nota de Trabajos e Intervención en clase 40 %

$$NF = 0,6 * NE + 0,4 * NT$$

## Referencias

- [1] Steve Blank and Bob Dorf. *The Startup Owner's Manual: The Step-By-Step Guide for Building a Great Company*. K and S Ranch, 2012.
- [2] Thomas Byers, Richard Dorf, and Andrew Nelson. *Technology Ventures: From Idea to Enterprise*. McGraw-Hill Science, 2010.
- [3] Congreso de la Republica del Perú. *Decreto Legislativo N°823. Ley de la Propiedad Industrial*. El Peruano, 1996.
- [4] Congreso de la Republica del Peru. *Ley N°26887. Ley General de Sociedades*. El Peruano, 1997.
- [5] René Garzozzi-Pincay, María Messina-Scolaro, Cristian Moncada-Marino, José Ochoa-Luna, Griselda Ilabel-Pérez, and Ricardo Zambrano-Segura. *Planes de Negocios para Emprendedores*. Iniciativa Latinoamericana de Libros de Texto Abiertos (LATIn), 2014.
- [6] Alexander Osterwalder and Yves Pigneur. *Business Model Generation: A Handbook for Visionaries, Game Changers, and Challengers*. Wiley, 2010.
- [7] Eric Ries. *The Lean Startup: How Today's Entrepreneurs Use Continuous Innovation to Create Radically Successful Businesses*. Crown Business, 2011.

---

Docente del curso