FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS Y RECURSOS HUMANOS

SÍLABO

CRECIMIENTO Y SOSTENIBILIDAD DEL NEGOCIO (E)

I. DATOS GENERALES

1.	Departamento Académico	: Ciencias Administrativas y Recursos Humanos
2.	Escuela Profesional	: Administración de Negocios Internacionales.
3.	Programa	: Pregrado
4.	Semestre Académico	: 2023 – II
5.	Tipo de asignatura	: Electiva
6.	Modalidad de asignatura	: Virtual
7.	Código de asignatura	: 025041E4022
8.	Ciclo	: Octavo
9.	Créditos	2
10.	**Horas semanales totales**	**4**
	Horas lectivas de teoría	1
	Horas lectivas de práctica	2
	Horas lectivas totales	**3**
	Horas no lectivas de teoría	: -
	Horas no lectivas de práctica	: -
	Horas no lectivas totales	: -
	Horas de Trabajo Independiente	**1**
11.	Requisito	: Aceleración del Negocio
12.	Docente	: Álvarez Aranzamendi, Hugo.

II. SUMILLA

La asignatura pertenece al área curricular de estudios especializados, tiene como propósito asegurar la sostenibilidad de las iniciativas empresariales, económicamente rentables, mediante la aplicación de estrategias, análisis y gestión de riesgos para consolidar su crecimiento rentable y sostenible.

Desarrolla las siguientes unidades de aprendizaje: 1. Planeamiento estratégico para el crecimiento y sostenibilidad. 2. Gestión de riesgos en la sostenibilidad 3. Gestión legal de emprendimientos. 4. Monitoreo del negocio con visión de sostenibilidad,

La asignatura exige del estudiante la elaboración de una propuesta para la consolidación y sostenibilidad del negocio.

III. COMPETENCIA Y SUS COMPONENTES COMPRENDIDOS EN LA ASIGNATURA

3.1. Competencia

Gestión de proyectos

Elabora y gestiona proyectos de diversa índole, vinculados a su profesión.

3.2. Componentes

Capacidades

- Estructura de manera sistemática el plan integral del proyecto, considerando los procesos y las tareas para lograr los objetivos de manera sostenible.
- Organiza y gestiona recursos considerando la eficiencia en la cadena de valor, el riesgo y la sostenibilidad del negocio.
- Organiza y gestiona recursos comerciales para fortalecer la marca y lograr los objetivos del proyecto en el tiempo previsto, considerando los aspectos legales del negocio e indicadores de gestión.
- Aplica indicadores de evaluación económica, social y ambiental, considerando el análisis de sensibilidad.

Actitudes y valores

- Actitud innovadora y emprendedora.
- Liderazgo (académico, tecnológico y otros).
- Conservación ambiental.
- Compromiso con el desarrollo del país.

IV. PROGRAMACIÓN DE CONTENIDOS

UNIDAD 1 PLANEAMIENTO ESTRATÉGICO PARA EL CRECIMIENTO Y SOSTENIBILIDAD								
CAPACIDAD: Estructura de manera sistemática el plan integral del proyecto, considerando los procesos y las tareas para lograr los objetivos de manera sostenible.								
SEMANA	**CONTENIDOS CONCEPTUALES**	**CONTENIDOS PROCEDIMENTALES**	**ACTIVIDAD DE APRENDIZAJE**	**HORAS LECTIVAS**		**HORAS NO LECTIVAS**		**HTI**
				HT	**HP**	**HT**	**HP**	
1	• Modelo de negocio validado	• Comprende los alcances del sílabo: Competencia, capacidades, contenidos y normas de comportamiento y evaluación de los aprendizajes. • Analiza el Lean Canvas y producto mínimo viable • Reflexión sobre el tipo y funcionamiento del negocio elegido	Sesión en línea Evaluación diagnóstica Presentación del sílabo Exposición – diálogo	1	2	-	-	1
		• **Actividad 1: Taller.** Presenta el Lean Canvas de su negocio	Actividad aplicativa Trabajo en equipo					
2	• Optimizando la propuesta de valor	• Revisa la propuesta de valor • Identifica los pasos para desarrollar una propuesta de valor única y diferenciable. • Comprende los alcances de la tarea investigativa (propuesta para la consolidación y sostenibilidad del negocio. • Presenta la Guía de Investigación Formativa	Sesión en línea 2 Exposición – diálogo	1	2	-	-	1
		• **Actividad 2: Taller** Revisa los mapas de empatía, mapa de experiencia del cliente, benchmarking	Actividad aplicativa Trabajo en equipo					
3	• Segmentación de mercado y estrategias de marketing para la escalabilidad	• Identifica los segmentos de mercado objetivo y la propuesta de valor para cada uno de ellos • Desarrolla una estrategia de marketing para llegar a los segmentos de mercado objetivo	Sesión en línea 3 Exposición – diálogo	1	2	-	-	1
		• **Actividad 3 Taller.** Desarrolla una presentación ejecutiva de la estrategia de marketing para llegar a los segmentos de su mercado objetivo	Actividad aplicativa					
4	• Planeamiento de mejora para crecer y competir	• Desarrolla una estrategia para crecer y competir • Planifica las acciones de mejora o sostenimiento a través de un mapa estratégico	Sesión en línea 4 Exposición – diálogo	1	2	-	-	1
		• **Actividad 4 Taller**: Elabora un mapa estratégico • **Monitoreo I.** Presenta el plan de investigación para elaborar la propuesta de consolidación y sostenibilidad del negocio	Actividad aplicativa Realimentación docente					

UNIDAD 2 GESTIÓN DE RIESGOS EN LA SOSTENIBILIDAD								
CAPACIDAD: Organiza y gestiona recursos considerando la eficiencia en la cadena de valor, el riesgo y la sostenibilidad del negocio.								
SEMANA	**CONTENIDOS CONCEPTUALES**	**CONTENIDOS PROCEDIMENTALES**	**ACTIVIDAD DE APRENDIZAJE**	**HORAS LECTIVAS**		**HORAS NO LECTIVAS**		**HTI**
				HT	**HP**	**HT**	**HP**	
5	• Análisis de la sostenibilidad de producto.	• Reconoce las herramientas de análisis de sostenibilidad • Conoce el plan de acción para mejorar la sostenibilidad de un producto	Sesión en línea 5 Exposición – diálogo	1	2	-	-	1
		• **Actividad 3: Taller.** Expone los riesgos del producto, sus alternativas de prevención y su plan de acción para mejorar la sostenibilidad	Actividad aplicativa					
6	• Análisis del relacionamiento con el cliente.	• Analiza los segmentos actuales que atiende el negocio y los desatendidos • Desarrolla una estrategia para mejorar el relacionamiento con el cliente e implementar una estrategia omnicanal.	Sesión en línea 6 Exposición – diálogo	1	2	-	-	1
		• **Actividad 6: Taller**. Expone los riesgos del mercado y sus alternativas de solución para mejora de la cadena de valor • **Dilema ético:** Desarrolla negocios con contaminación ambiental evidente (suelo, bosque y agua), así como la imposibilidad de reciclaje. • Reflexiona los valores institucionales de la USMP	Actividad aplicativa Discusión de dilema y reflexión de valores. Reportes					
7	• Evaluación del comportamiento de la empresa en el mercado.	• Revisa los objetivos estratégicos planteados • Analiza el comportamiento de los indicadores del mercado, los KPI y los OKR.	Sesión en línea 7 Exposición – diálogo	1	2	-	-	1
		• **Actividad 7: Taller.** Expone los riesgos del mercado, el rendimiento de sus KPI OKR y desarrolla un plan de acción para mejorar el comportamiento de la empresa en el mercado	Ejemplificación / ChatActividad aplicativa					
8	• Análisis de los competidores.	• **Actividad 8: Taller.** Identifica los nuevos competidores, nuevas normativas y cambios en la demanda de los consumidores. • **Monitoreo II** Presenta un diagnóstico de los riesgos internos y externos del negocio y valida acciones de mapa estratégico. Pone en funcionamiento las acciones propuestas.	Sesión en línea 8 Exposición – diálogo Entrega de tarea en línea	1	2	-	-	1
	Examen parcial: Evalúa las capacidades de las unidades 1 y 2, en concordancia con la competencia del perfil profesional		Evaluación escrita					

UNIDAD 3 GESTIÓN LEGAL DE EMPRENDIMIENTOS								
CAPACIDAD: Organiza y gestiona recursos comerciales para fortalecer la marca y lograr los objetivos del proyecto en el tiempo previsto, considerando los aspectos legales del negocio e indicadores degestión.								
SEMANA	**CONTENIDOS CONCEPTUALES**	**CONTENIDOS PROCEDIMENTALES**	**ACTIVIDAD DE APRENDIZAJE**	**HORAS LECTIVAS**		**HORAS NO LECTIVAS**		**HTI**
				HT	**HP**	**HT**	**HP**	
9	• Derecho empresarial y propiedad intelectual	• Identifica los principales tipos de contratos empresariales • Registro de una marca comercial, patente o obra de autor	Sesión en línea 9 Exposición – diálogo	1	2	-	-	1
		• **Actividad 9:** Taller. Presenta marca y su clasificación correspondiente	Actividad aplicativa					
10	• Registro de marca	• Reconoce los alcances de la Ley N° 31483 "Ley que promueve la formalización de las micro y pequeñas empresas a través del fondo crecer". • Elige la marca de acuerdo a INDECOPI • Utiliza de plataforma virtual orientado a emprendedores https://indecopi.gob.pe/web/plataforma-marcas	Sesión en línea 10 Exposición – diálogo	1	2	-	-	1
		• **Actividad10:** Taller. Presentación de solicitudes para registro de marca (Casos aptos)	Actividad aplicativa					
11	• XIV Jornada de Intercambio de Experiencias Empresariales y de Negocios.	• **Actividad 11**: Elabora reportes de participación en la Jornada de Intercambio de Experiencias Empresariales y de Negocios. • Participa del foro y la retroalimentación correspondiente.	Sesión en línea 11 Conferencias y seminarios de discusión	1	2	-	-	1
			Elaboración de reportes Realimentación					
12	• Negociación de contratos y resolución de conflictos	• Redacción y negociación de contratos. • Resolución de conflictos, arbitrajes y juicios	Sesión en línea 12 Exposición – diálogo	1	2	-	-	1
		• **Actividad 12 Taller:** Análisis de casos • **Monitoreo II:** Presenta una carpeta de registro de marca, contratos laborales y de servicios a terceros.	Ejemplificación / Chat Entrega de tarea en línea					

UNIDAD 4 MONITOREO DEL NEGOCIO CON VISIÓN DE SOSTENIBILIDAD								
CAPACIDAD: Aplica indicadores de evaluación económica, social y ambiental, considerando el análisis de sensibilidad.								
SEMANA	**CONTENIDOS CONCEPTUALES**	**CONTENIDOS PROCEDIMENTALES**	**ACTIVIDAD DE APRENDIZAJE**	**HORAS LECTIVAS**		**HORAS NO LECTIVAS**		**HTI**
				HT	**HP**	**HT**	**HP**	
13	• Resultados del negocio y acciones de fidelización y retención	• Presenta los resultados de las acciones propuestas en elmapa estratégico	Sesión en línea 13 Exposición – diálogo	1	2	-	-	1
		• **Actividad 13:** Taller. Establece las acciones de fidelizar y retener clientes yobtención de nuevos clientes	Actividad aplicativa					
14	• Escalamiento	• Identifica fuentes de financiamiento o inversión para hacer crecer el negocio	Sesión en línea 14 Exposición – diálogo	1	2	-	-	1
		• **Actividad 14:** Taller. Presenta las opciones de financiamiento inversión de riesgopara escalar el negocio	Actividad aplicativa					
15	• Ronda de exposiciones	• Presenta al jurado de expertos, su emprendimiento digital para su evaluación según normas. Realiza autoanálisis de las capacidades asimiladas y de los refuerzos necesarios. • Expone los resultados de venta de su negocio y requerimientos de financiamiento. • **Monitoreo IV.** Presenta el modelo de negocio, el producto mínimo viable, flujo de ventas proyectado o reales yplan de financiamiento	Actividad aplicativa	1	2	-	-	1
			Ejemplificación / Chat Entrega de tarea en línea. Formato impreso y video Actividad aplicativa					
16	• **Examen final:** Tiene carácter integrador, evalúa la competencia de la asignatura y las capacidades de las cuatro unidades de aprendizaje, mediante una sustentación y la defensa del proceso de aceleración y crecimiento a través de la transformación digital para el escalamiento de la empresa constituida.		Sesión en línea 16 Evaluación	1	2	-	-	1
			Reporte Retroalimentación					

V. ESTRATEGIAS DIDÁCTICAS

- La actividad docente en las sesiones y experiencias independientes de aprendizaje se orienta al desarrollo de capacidades y logro de la competencia del perfil profesional de los graduados, en correspondencia al modelo educativo y enfoque pedagógico asumido por la USMP. Ello supone que la adquisición de conocimientos por el estudiante no es resultante de la transmisión de la información por el docente, sino que es una construcción individual del propio estudiante en un contexto social en el que se relacionan, de manera activa, las estructuras cognitivas ya existentes con los nuevos contenidos por aprender; aplicables en distintos contextos de desempeño personal y social, por lo que el estudiante es considerado el actor principal de su aprendizaje y el profesor un mediador, organizador y orientador de experiencias de aprendizaje que los estudiantes han de vivir, a lo largo de su formación.
- Según la naturaleza de la asignatura, el profesor podrá utilizar las estrategias de aprendizaje y enseñanza basado en problemas, las técnicas de la problematización y la contextualización de los contenidos educativos, el estudio de casos; la lectura comprensiva de textos impresos, visuales y audiovisuales (recensión), sesiones en línea, diversos tipos de foros; plataformas web para simulaciones y el análisis de información, así como diversas formas de comunicación educativa sincrónica, entre otras. Especial mención merece la aplicación del método investigativo orientado a la búsqueda creadora de información, que propicia en el estudiante un mayor nivel de independencia cognoscitiva y pensamiento crítico, acorde con las exigencias de la sociedad actual, caracterizada por el valor del conocimiento y su aplicación práctica en la solución de problemas que nos plantea la realidad y el desarrollo de la ciencia y la tecnología.

VI. RECURSOS DIDÁCTICOS

- Libros digitales, portafolios, sesiones en línea, foros, chats, correo, videos tutoriales, wikis, blogs, e-books, videos explicativos, organizadores visuales, presentaciones multimedia, entre

VII. EVALUACIÓN DEL APRENDIZAJE

El sistema de evaluación del aprendizaje comprende:

- **Evaluación diagnóstica.** Se realiza al inicio de la asignatura y de las sesiones de aprendizaje, para conocer los saberes que los estudiantes poseen al emprender el estudio de los contenidos educativos programados y sirve al profesor para adoptar las decisiones académicas pertinentes. Su aplicación es de responsabilidad profesional en su función docente.
- **Evaluación de proceso (EP).** Se realiza a través de la observación progresiva del desempeño del estudiante en la realización de la exigencia académica de la asignatura y las actividades de aprendizaje significativo previstas en el sílabo. ***Evalúa preferentemente el saber hacer*** y ***las actitudes*** de las capacidades demostradas por los estudiantes. Se consolida y reporta mensualmente al Sistema de Ingreso de Notas de la Facultad, en las fechas programadas. Tiene un peso de 50% para la nota final y resulta del promedio ponderado de las evaluaciones mensuales que corresponde al desempeño académico del estudiante: EP = (EP1 x 0.25) + (EP2 x 0.25) + (EP3 x 0.25) + (EP4 x 0.25).
- **Evaluación de resultados (ER).** Se realiza mediante la aplicación de un examen parcial (Ep) y otro examen final (Ef), elaborados técnicamente por el profesor, considerando los siguientes dominios de aprendizaje: a) conocimiento (manejo de información), b) comprensión, c) aplicación, d) análisis, e) síntesis y f) evaluación (juicio de valor), ***examinándose preferentemente el saber conceptual*** y ***el saber hacer*.** Los resultados son reportados al Sistema de Ingreso de Notas de la Facultad, dos veces durante el semestre, en las fechas establecidas. Por la naturaleza de la asignatura el examen final constituye la presentación y sustentación oral del proceso de aceleración y crecimiento a través de la transformación digital para el escalamiento de la empresa constituida. Tiene un peso de 50% para la nota final y resulta del promedio ponderado de las dos evaluaciones escritas programadas: ER = (Ep x 0.4) + (Ef x 0.6).

El **Promedio final (PF) r**esulta de la aplicación de la siguiente fórmula:

$$PF = \frac{EP+ER}{2}$$

VIII. FUENTES DE INFORMACIÓN

- Brynjolfsson, E. y McAfee, A. (2017). *La Segunda Era de las Máquinas.* Editorial W. W. Norton & Company.
- Gómez, N. (2013). *Vida Artificial, Ciencia e Ingeniería de Sistemas Complejos* (1.ª ed.). Editorial Universidad del Rosario – Escuela de Administración.
- Hinssen, P. (2019*). La nueva normalidad* (2.ª ed.). AECOC. Asociación Española de Codificación Comercial.
- Lombardero, L. (2016). *La Trabajar en la era Digital: Tecnología y Competencias para la Transformación Digital.* Biblioteca Central UNAM.
- Pez, B., Tez, L. y Yolanda, L. (2021). *Transformación Digital en la Empresa* (1.ª ed.). Ed. IC Editorial.
- Rogers, D. (2021). *Guía Estratégica Para la Transformación Digital* (1.ª ed.). Empresa Activa.
- Rosales, P. (2020). *Estrategia Digital* (1.ª ed.). Editorial Deusto
- Lean Canvas: Software de validación de modelos de negocio
- El Método Lean Starup, Erick Ries
- Generación de modelos de negocio de Alex Osterwalder
- The four steps to Epiphany de Steve Blank