

SILABO

I. DATOS ADMINISTRATIVOS:

1. Asignatura: Taller de Creatividad e Innovación
2. Código: NG02407
3. Naturaleza: laboratorio/taller
4. Condición: Obligatoria
5. Requisito(s): EB 0007 – Lógica y Filosófica
6. Número de créditos: 03
7. Número de horas: 04 (Horas Laboratorio: 02 / Horas de Taller: 02)
8. Semestre Académico: IV
9. Docente: Mg. Luisa Avila Bolivar
Correo institucional: luisa.avila@urp.edu.pe

II. SUMILLA

La asignatura es de naturaleza obligatoria y pertenece al área de formación profesional complementaria, comprende el desarrollo de talleres y laboratorio y tiene como propósito desarrollar la habilidad en los estudiantes de realizar planes de negocios con ideas creativas e innovadoras de productos que se puedan llevar al mercado. Así como formular y elaborar objetivos, estrategias únicas e impactantes que fomenten el desarrollo de organizaciones creativas dedicadas a los negocios globales. La asignatura comprende las siguientes cuatro (4) unidades de aprendizaje: Metodologías para desarrollo de ideas de negocios innovadoras, validación del problema y la idea solución, desarrollo del Plan de Negocios, presentación del producto o servicio innovador en la Feria de Creatividad e Innovación.

III. COMPETENCIAS GLOBALES

- Múltiples Inteligencias:
Utiliza las diversas inteligencias para desarrollar sus capacidades para el logro de emprendimientos trascendentes y alcanzar grandes propósitos mediante la toma de decisiones eficaces e interactuar con los diferentes grupos de interés con responsabilidad social en los negocios globales.

IV. COMPETENCIAS ESPECIFICAS

- Competencia de Administración y Negocios Globales:
Aplica los conceptos y técnicas de la administración de negocios globales en forma creativa e innovadora, para asegurar la sostenibilidad de las organizaciones globales.
- Competencia de Marketing Global:

Identifica oportunidades en mercados globales y diseña planes de marketing, aplicando estrategias comerciales disruptivas y eficaces para satisfacer las necesidades humanas, alineado a las buenas prácticas de negocios globales.

V. LOGRO DE LA ASIGNATURA:

Al finalizar la asignatura el estudiante diseñará y ejecutará planes de negocios con ideas creativas e innovadoras de productos que se puedan llevar al mercado. Así como formular y elaborar estrategias que fomenten el desarrollo productos y servicios en un mundo globalizado (escalabilidad y globalización).

VI. PROGRAMACIÓN DE LOS CONTENIDOS Y ACTIVIDADES:

UNIDAD I: METODOLOGÍAS DESIGN THINKING Y LEAN STARTUP		
LOGRO DE APRENDIZAJE: Al finalizar la unidad el estudiante será capaz de Identificar y validar una idea de negocio teniendo en cuenta el análisis del entorno, la importancia de la diferenciación del producto o servicio, el análisis estratégico.		
Semana	Contenido	
1	Metodología Design Thinking	
2	Empatizar, Diseñar y Crear Prototipo y testear	
3	METODOLOGIA LEAN STARTUP	
4	Modelo de Negocio Canvas	

UNIDAD II: PLAN DE NEGOCIOS		
LOGRO DE APRENDIZAJE: Al finalizar la asignatura el estudiante será capaz de elaborar el plan de negocios con sus distintos componentes estratégicos, producción, marketing y de inversión y financiero.		
Semana	Contenido	
5	Plan estratégico	
6	Plan operativo	
7	Plan de marketing	
8	Plan de inversión y financiero	

UNIDAD III: PLAN DE OPERACIONES		
LOGRO DE APRENDIZAJE: Al finalizar la asignatura el estudiante será capaz de diseñar un modelo de negocios y plan de operaciones utilizando metodologías ágiles de innovación. Construirá un MVP (Producto Mínimo Viable) para validar la solución propuesta con potenciales clientes.		

Semana	Contenido
9	Segmento de Clientes Estrategia clave: Propuesta de valor, socios claves, costos claves.
10	Proceso de producción y equipo. Tecnología que se va a utilizar
11	Abastecimiento: Lista de proveedores Canales
12	CONSTRUCCION MVP

UNIDAD IV: PLAN DE MARKETING Y DESPLIEGUE EN LA FERIA DE CREATIVIDAD

LOGRO DE APRENDIZAJE:

Al finalizar la asignatura el estudiante será capaz de aplicar su plan de negocios y emplear todas las estrategias y herramientas consideradas para demostrar factibilidad del proyecto en la Feria de Creatividad e Innovación.

Semana	Contenido
13	Segmentación Diferenciación
14	Mezcla de Marketing Producto Precio
15	Canales de distribución Comunicaciones
16	PRESENTACION PROYECTO FINAL Pitch ante jurado

17	EVALUACIÓN DE PRODUCTO FINAL: RÚBRICA
----	--

VII. ESTRATEGIAS DIDÁCTICAS

Aprendizaje Basado en Proyectos, Aprendizaje Colaborativo

VIII. EVALUACIÓN: Ponderación, Fórmula, Criterios e Indicadores de logro

Se evaluará a través de productos que el estudiante presentará al final de cada unidad. Los productos son las evidencias del logro de los aprendizajes y serán evaluados a través de rúbricas cuyo objetivo es calificar el desempeño de los estudiantes de manera objetiva y precisa.

La retroalimentación se convierte en aspecto primordial para el logro de aprendizaje. El docente devolverá los productos de la unidad revisados y realizará la retroalimentación respectiva.

UNIDAD	TIPO DE EVALUACION	PESOS
I	Milestone 1	25%
II	Milestone 2	25%
III	Milestone 3	25%
IV	Milestone 4	25%

IX. RECURSOS

- Equipos: computadora, laptop, Tablet, celular
- Materiales: apuntes de clase del Docente, lecturas, videos.
- Plataformas: Learnwise, Kahoot, Leanstack

X. BIBLIOGRAFÍA

OBLIGATORIA:

1. Schnarch Kirberg, A. (2019). Marketing para emprender. Ediciones de la U. <https://elibro.net/es/lc/bibliourp/titulos/127104>
2. Serrano Ortega, M. y Blázquez Ceballos, P. (2015). Design thinking: lidera el presente: crea el futuro. ESIC Editorial. <https://elibro.net/es/ereader/bibliourp/119591?page=12>
3. Branson, Richard. El estilo virgín: escuchar, aprender, reír y liderar. Bogotá: Paidós Empresa, 2016.
4. Castro Abancens, Ignacio. De la start-up a la empresa. Madrid: Piramide, 2016.
5. Gutiérrez Conde, Julián. Indicadores de Negocios: orientaciones clave para emprendedores jóvenes. Madrid: Piramide, 2016
6. Schnarch Kirberg, Alejandro. El marketing como estrategia de emprendimiento. Bogotá: Ediciones de la U, 2016.

COMPLEMENTARIA:

1. Luna Gonzales, Alfredo Cipriano. Plan Estratégico de negocios. México: Patria, 2016.
2. Matas Martín, Ángel. Metodología creativa empresarial. Málaga: ICB, 2017. Bogotá: Ediciones de la U, 2015.