



Universidad Nacional Mayor de San Marcos
Escuela Profesional de
Ciencia de la Computación
Silabo del curso
Periodo Académico 2018-II

1. **Código del curso y nombre:** ET301. Formación de Empresas de Base Tecnológica II (Obligatorio)
2. **Créditos:** 3
3. **Horas de Teoría y Laboratorio:** 2 HT; 2 HP; (15 semanas)
4. **Docente(s)**

Atención previa coordinación con el profesor

5. Bibliografía

- [BT06] Leland Blank and Anthony Tarkin. *Ingeniería Económica*. McGraw Hill, México D.F., México, 2006.
- [FUP96] Roger Fisher, William Ury, and Bruce Patton. *Si... ¡de acuerdo! Cómo negociar sin ceder*. Norma, Barcelona, 1996.
- [KK06] Philip Kotler and Kevin L. Keller. *Dirección de Marketing*. Prentice Hall, México, 2006.
- [LW09] Christopher Lovelock and Jochen Wirtz. *Marketing de servicios. Personal, tecnología y estrategia*. Prentice Hall, México, 2009.
- [MM06] Fernando de Manuel Dasí and Rafael Martínez-Vilanova Martínez. *Técnicas de Negociación. Un método práctico*. Esic, Madrid, 2006.

6. Información del curso

- (a) **Breve descripción del curso** Este curso tiene como objetivo dotar al futuro profesional de conocimientos, actitudes y aptitudes que le permitan formar su propia empresa de desarrollo de software y/o consultoría en informática. El curso está dividido en tres unidades: Valorización de Proyectos, Marketing de Servicios y Negociaciones. En la primera unidad se busca que el alumno pueda analizar y tomar decisiones en relación a la viabilidad de un proyecto y/o negocio.

En la segunda unidad se busca preparar al alumno para que este pueda llevar a cabo un plan de marketing satisfactorio del bien o servicio que su empresa pueda ofrecer al mercado. La tercera unidad busca desarrollar la capacidad negociadora de los participantes a través del entrenamiento vivencial y práctico y de los conocimientos teóricos que le permitan cerrar contrataciones donde tanto el cliente como el proveedor resulten ganadores. Consideramos estos temas sumamente críticos en las etapas de lanzamiento, consolidación y eventual relanzamiento de una empresa de base tecnológica.

- (b) **Prerrequisitos:** ET201. Formación de Empresas de Base Tecnológica I. (8^{vo} Sem)
- (c) **Tipo de Curso:** Obligatorio
- (d) **Modalidad:** Presencial

7. Objetivos específicos del curso.

- Que el alumno comprenda y aplique la terminología y conceptos fundamentales de ingeniería económica que le permitan valorizar un proyecto para tomar la mejor decisión económica.
- Que el alumno adquiera las bases para formar su propia empresa de base tecnológica.

8. Contribución a los resultados (*Outcomes*)

- d) Trabajar efectivamente en equipos para cumplir con un objetivo común. (**Usar**)
- f) Comunicarse efectivamente con audiencias diversas. (**Usar**)

m) Transformar sus conocimientos del área de Ciencia de la Computación en emprendimientos tecnológicos. (**Evaluar**)

9. Competencias (IEEE)

C17. Capacidad para expresarse en los medios de comunicación orales y escritos como se espera de un graduado.⇒
Outcome f

C18. Capacidad para participar de forma activa y coordinada en un equipo.⇒ **Outcome d**

C19. Capacidad para identificar eficazmente los objetivos y las prioridades de su trabajo / área / proyecto con indicación de la acción, el tiempo y los recursos necesarios.⇒ **Outcome m**

C20. Posibilidad de conectar la teoría y las habilidades aprendidas en la academia a los acontecimientos del mundo real que explican su pertinencia y utilidad.⇒ **Outcome m**

C21. Comprender el aspecto profesional, legal, seguridad, asuntos políticos, humanistas, ambientales, culturales y éticos.⇒ **Outcome m**

C22. Capacidad para demostrar las actitudes y prioridades que honrar, proteger y mejorar la estatura y la reputación ética de la profesión.⇒ **Outcome m**

C23. Capacidad para emprender, completar, y presentar un proyecto final.⇒ **Outcome m**

C24. Comprender la necesidad de la formación permanente y la mejora de habilidades y capacidades.⇒ **Outcome m**

10. Lista de temas a estudiar en el curso

- 1.
- 2.
- 3.

11. Metodología y Evaluación

Metodología:

Sesiones Teóricas:

Las sesiones de teoría se llevan a cabo en clases magistrales donde se realizarán actividades que propicien un aprendizaje activo, con dinámicas que permitan a los estudiantes interiorizar los conceptos.

Sesiones de Laboratorio:

Para verificar que los alumnos hayan alcanzado el logro planteado para cada una de las unidades de aprendizaje, realizarán actividades que les permita aplicar los conocimientos adquiridos durante las sesiones de teoría y se les propondrá retos que permitan evaluar el desempeño de los alumnos.

Exposiciones individuales o grupales:

Se fomenta la participación individual y en equipo para exponer sus ideas, motivándolos con puntos adicionales en las diferentes etapas de la evaluación del curso.

Lecturas:

A lo largo del curso se proporcionan diferentes lecturas, las cuales son evaluadas. El promedio de las notas de las lecturas es considerado como la nota de una práctica calificada. El uso del campus virtual UTEC Online permite a cada estudiante acceder a la información del curso, e interactuar fuera de aula con el profesor y con los otros estudiantes.

Sistema de Evaluación:

12. Contenido

Unidad 1: (20)	
Competencias esperadas: C19	
Objetivos de Aprendizaje	Tópicos
<ul style="list-style-type: none"> • Permitir al alumno tomar decisiones sobre como invertir mejor los fondos disponibles, fundamentadas en el análisis de los factores tanto económicos como no económicos que determinen la viabilidad de un emprendimiento. [Evaluar] 	<ul style="list-style-type: none"> • Introducción • Proceso de toma de decisiones • El valor del dinero en el tiempo • Tasa de interés y tasa de rendimiento • Interés simple e interés compuesto • Identificación de costos • Flujo de Caja Neto • Tasa de Retorno de Inversión (TIR) • Valor Presente Neto (VPN) • Valorización de Proyectos
Lecturas : [BT06]	

Unidad 2: (30)	
Competencias esperadas: C20	
Objetivos de Aprendizaje	Tópicos
<ul style="list-style-type: none"> • Brindar las herramientas al alumno para que pueda identificar, analizar y aprovechar las oportunidades de marketing que generan valor en un emprendimiento. [Usar] • Lograr que el alumno conozca, entienda e identifique criterios, habilidades, métodos y procedimientos que permitan una adecuada formulación de estrategias de marketing en sectores y medios específicos como lo es una empresa de base tecnológica. [Usar] 	<ul style="list-style-type: none"> • Introducción • Importancia del marketing en las empresas de servicios • El Proceso estratégico. • El Plan de Marketing • Marketing estratégico y marketing operativo • Segmentación, targeting y posicionamiento de servicios en mercados competitivos • Ciclo de vida del producto • Aspectos a considerar en la fijación de precios en servicios • El rol de la publicidad, las ventas y otras formas de comunicación • El comportamiento del consumidor en servicios • Fundamentos de marketing de servicios • Creación del modelo de servicio • Gestión de la calidad de servicio
Lecturas : [KK06], [LW09]	

Unidad 3: (10)	
Competencias esperadas: C18	
Objetivos de Aprendizaje	Tópicos
<ul style="list-style-type: none"> • Conocer los puntos clave en el proceso de negociación. [Usar] • Establecer una metodología de negociación eficaz. [Usar] • Desarrollar destrezas y habilidades que permitan llevar a cabo una negociación exitosa. [Usar] 	<ul style="list-style-type: none"> • Introducción. ¿Qué es una negociación? • Teoría de las necesidades de la negociación • La proceso de la negociación • Estilos de negociación • Teoría de juegos • El método Harvard de negociación
Lecturas : [FUP96], [MM06]	