



## I. INFORMACIÓN GENERAL

<b>CURSO</b>	:	Gestión en Salud II
<b>CÓDIGO</b>	:	TF65
<b>CICLO</b>	:	201701
<b>CUERPO ACADÉMICO</b>	:	<b>Diaz Del Olmo Morey, Fernando Luis</b>
<b>CRÉDITOS</b>	:	3
<b>SEMANAS</b>	:	16
<b>HORAS</b>	:	3 H (Teoría) Semanal
<b>ÁREA O CARRERA</b>	:	Terapia Física

## II. MISIÓN Y VISIÓN DE LA UPC

Misión: Formar líderes íntegros e innovadores con visión global para que transformen el Perú.

Visión: Ser líder en la educación superior por su excelencia académica y su capacidad de innovación.

## III. INTRODUCCIÓN

Gestión en Salud 2 es un curso específico de la Carrera de Terapia Física, de naturaleza teórica, dirigido a estudiantes de octavo ciclo, desarrolla la competencia de pensamiento innovador en el nivel 2 y la competencia específica de profesionalismo en el nivel 2.

Durante el proceso tomarás contacto con herramientas que te ayudaran a un correcto manejo de los costos propios de un negocio o empresa. Identificarás oportunidades empresariales (o de negocio) para el que diseñarás la estructura de la empresa y el plan de marketing de un plan de negocio entendiendo las necesidades de planificación y gestión en cualquier entorno que opere el negocio.

La importancia radica en el contacto que tendrás como estudiante con conceptos de gestión y que esto te lleve a reconocer la importancia de una administración eficiente.

## IV. LOGRO (S) DEL CURSO

Al finalizar el curso, el estudiante sustenta un plan de negocio original, factible y viable, respetando la metodología del planeamiento estratégico de acuerdo a las características del contexto.

## V. UNIDADES DE APRENDIZAJE

### UNIDAD N°: 1 Estructura Organizacional

#### LOGRO

Al finalizar la unidad, el estudiante argumenta la inclusión de los fundamentos principales del marketing de servicios en el plan de negocio.

#### TEMARIO

- Definición de Empresa
- Conceptos de Estructura Organizacional: Principio de Jerarquía, Autoridad, Responsabilidad y Obligación.
- Congruencia entre estructura y comportamiento
- Manual de Organización y Funciones (MOF)- Análisis del puesto de trabajo. Perfil de Puesto
- Requerimientos.
- Selección

**HORA(S) / SEMANA(S)**

Semana 1 a 3

**UNIDAD N°: 2 Fundamentos de Marketing II**

**LOGRO**

Al finalizar la unidad, el estudiante evalúa las opciones de financiamiento para su proyecto escogiendo la opción más apropiada para iniciar el negocio.

**TEMARIO**

- Qué es Marketing?
- Marketing de Servicios
- Proceso de Marketing
- Mercado META
- Investigación de mercados. Cuantitativa ¿ Cualitativa
- Segmentación y Posicionamiento

**HORA(S) / SEMANA(S)**

Semana 4 - 7

**UNIDAD N°: 3 Ingeniería Económica y Contabilidad**

**LOGRO**

Al finalizar la unidad, el estudiante sustenta un plan de requerimiento de personal basado en los conceptos básicos de la estructura organizacional de una empresa.

**TEMARIO**

Flujo de Caja

- Estados Financieros
- Cálculo de la tasa de Interés efectiva
- Cálculo de Valor Presente Neto y Valor Futuro
- Cálculo del pago periódico a tasa fija para el pago de un préstamo.

**HORA(S) / SEMANA(S)**

Semanas 9- 11

**UNIDAD N°: 4 Planeamiento Estratégico II**

**LOGRO**

Al finalizar la unidad, el estudiante formula estrategias para enfrentar el mercado a partir de un análisis previo del

entorno de su propuesta de negocio.

**TEMARIO**

- 5 Fuerzas de Porter
- Desarrollo de Matriz FODA
- Creación de la estrategia, seguimiento y medición
- Formulación de planes alineados a la estrategia

**HORA(S) / SEMANA(S)**

Semana 12-15

**VI. METODOLOGÍA**

El proceso de enseñanza-aprendizaje se desarrollará con exposiciones sobre los temas de cada unidad dándole una orientación a la aplicación práctica del conocimiento en la Carrera de Terapia Física.

Previo a cada sesión se entregará a los estudiantes lecturas de cada uno de los temas a tratar, de forma que estos asistan con una base sobre la materia del día. Se efectuarán controles de lectura a fin de verificar la realización de la lectura.

Todas las unidades tendrán al menos un caso de negocio que los estudiantes prepararán de manera grupal y serán presentados en plenaria de discusión. Estas resoluciones de caso de negocio son parte de la evaluación del curso.

El curso se desarrollará utilizando una metodología activa y aplicativa donde la participación del estudiante es sumamente importante en cuanto a la realización de lecturas, trabajos en equipo, desarrollo de tareas grupales e individuales y exposiciones que conllevarán al logro de los objetivos propuestos.

Todas las unidades tendrán un trabajo aplicativo, el cual forma parte importante de la nota del curso.

La asistencia es tomada a las 7:10 horas, el ingreso posterior a esa hora será considerado como inasistencia.

Los controles de lectura y resolución de casos de negocio son tomados luego del intermedio; la ausencia durante la evaluación tiene nota cero.

**VII. EVALUACIÓN**

**FÓRMULA**

$$15\% (CC1) + 15\% (EC1) + 40\% (EB1) + 30\% (EA1)$$

<b>TIPO DE NOTA</b>	<b>PESO %</b>
EA - EVALUACIÓN PARCIAL	30
CC - PROMEDIO DE CONTROLES	15
EC - PROMEDIO EVALUACIÓN CONTINUA	15
EB - EVALUACIÓN FINAL	40

## VIII. CRONOGRAMA

TIPO DE PRUEBA	DESCRIPCIÓN NOTA	NÚM. DE PRUEBA	FECHA	OBSERVACIÓN	RECUPERABLE
EA	EVALUACIÓN PARCIAL	1	Semana 8	Sustentación del trabajo requerido	SÍ
CC	PROMEDIO DE CONTROLES	1	Semana 15	Descrito en Metodología	NO
EC	PROMEDIO EVALUACIÓN CONTINUA	1	Semana 15	Descrito en Metodología	NO
EB	EVALUACIÓN FINAL	1	Semana 16	Sustentación del trabajo requerido	SÍ

## IX. BIBLIOGRAFÍA DEL CURSO

### BÁSICA

DOLAN, Simon L. (2003) La gestión de los recursos humanos : preparando profesionales para el siglo XXI. Madrid : McGraw-Hill.

(658.3 DOLA 2003)

DOMÍNGUEZ MACHUCA José AntonioGarcía González, Santiago y DOMÍNGUEZ MACHUCA, Miguel Angel (1995) Dirección de operaciones : aspéctos tácticos y operativos en la producción y los servicios. Madrid : McGraw-Hill.

(670.5 DOMI)

KAST, Fremont EllsworthRosenzweig, James (1988) Administración en las organizaciones : enfoque de sistemas y de contingencias. México, D.F : McGraw-Hill.

(658 KAST 1988)

KOTLER, PhilipArmstrong, Gary (1998) Fundamentos de mercadotecnia. México, D.F : Prentice-Hall Hispanoamericana.

(658.8 KOTL/F 1998)

LOVELOCK, Christopher H. y otros (2011) Administración de servicios : estrategias para la creación de valor en el nuevo paradigma de los negocios. México, D.F. : Pearson Educación de México.

(658.812 LOVE/A 2011)

LOVELOCK Christopher H.Reynoso, Javier y D'ANDREA, Guillermo (2004) Administración de servicios : estrategias de marketing, operaciones y recursos humanos. México, D.F. : Pearson Educación.

(658.812 LOVE/A)

LOVELOCK Christopher H.Wirtz, Jochen y PINEDA AYALA, Leticia Esther (2009) Marketing de servicios : personal, tecnología y estrategia. Naucalpan de Juárez : Pearson Educación de México.

(658.812 LOVE 2009)

### RECOMENDADA

(No necesariamente disponible en el Centro de Información)

DOLAN, Simon L. (2003) La gestión de los recursos humanos : preparando profesionales para el siglo XXI. Madrid : McGraw-Hill.

(658.3 DOLA 2003)

DOMÍNGUEZ MACHUCA José AntonioGarcía González, Santiago y DOMÍNGUEZ MACHUCA, Miguel Angel (1995) Dirección de operaciones : aspéctos tácticos y operativos en la producción y los servicios. Madrid : McGraw-Hill.

(670.5 DOMI)

KAST, Fremont EllsworthRosenzweig, James (1988) Administración en las organizaciones : enfoque de sistemas y de contingencias. México, D.F : McGraw-Hill.

(658 KAST 1988)

KOTLER, PhilipArmstrong, Gary (1998) Fundamentos de mercadotecnia. México, D.F : Prentice-Hall Hispanoamericana.

(658.8 KOTL/F 1998)

LOVELOCK, Christopher H. y otros (2011) Administración de servicios : estrategias para la creación de valor en el nuevo paradigma de los negocios. México, D.F. : Pearson Educación de México.

(658.812 LOVE/A 2011)

LOVELOCK Christopher H.Reynoso, Javier y D'ANDREA, Guillermo (2004) Administración de servicios : estrategias de marketing, operaciones y recursos humanos. México, D.F. : Pearson Educación.

(658.812 LOVE/A)

LOVELOCK Christopher H.Wirtz, Jochen y PINEDA AYALA, Leticia Esther (2009) Marketing de servicios : personal, tecnología y estrategia. Naucalpan de Juárez : Pearson Educación de México.

(658.812 LOVE 2009)