



I. INFORMACIÓN GENERAL

CURSO	:	Empresas 2
CÓDIGO	:	AD108
CICLO	:	200701
CUERPO ACADÉMICO	:	Calvo Cordova, Juan Fernando Roncal Zolezzi, Mario Phillip
CRÉDITOS	:	3
SEMANAS	:	17
HORAS	:	3 H (Teoría) Semanal
ÁREA O CARRERA	:	Administracion

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

La elaboración de un plan de negocio requiere de una serie de pasos que nos permitan analizar, organizar y planificar todas las variables que involucran el futuro ingreso de la nueva empresa en el mercado.

La idea de negocio debe ser analizada a fondo de manera que no quede incertidumbre sobre las variables que manejaríamos para definir los objetivos y estrategias de la empresa.

El curso de Empresas 2, está diseñado para que el alumno pueda transformar una idea en un plan de negocios para gerenciar una empresa consolidada y rentable.

IV. LOGRO (S) DEL CURSO

El alumno diseña un plan de negocio a través de una idea, identifica la viabilidad del negocio a través del reconocimiento del mercado en el que se desenvolverá su empresa. Asimismo, reconocerá el mercado real en el que compete.

V. UNIDADES DE APRENDIZAJE

UNIDAD N°: 1 Presentación de la idea del negocio
LOGRO Presenta la idea de negocio junto con el calendario de implantación
TEMARIO - Análisis de la idea. Cursos a seguir para la implementación de la idea. Reestructuración del calendario. - Presentación de la idea de negocio y calendarios de implantación. Coordinación de los grupos y distribución de horarios.

HORA(S) / SEMANA(S)

Semana 1

UNIDAD N°: 2 Análisis de la idea del negocio**LOGRO**

Analiza la viabilidad de su idea de negocio en el mercado.

TEMARIO

- Desarrollo del análisis del entorno - Investigación de mercado.

HORA(S) / SEMANA(S)

Semana 2 a 4

UNIDAD N°: 3 Análisis y definición de objetivos**LOGRO**

Analiza las posibilidades que presentan sus planes y define sus objetivos.

TEMARIO

- Análisis FODA, cadena de valor.
- Las 5 fuerzas de Porter, factores de éxito.
- Factores claves de éxito
- Identificación y evaluación de las estrategias de posicionamiento, segmentación, producto, etc.
- Objetivos de la empresa

HORA(S) / SEMANA(S)

Semana 5

UNIDAD N°: 4 Desarrollo de los planes operativos ¿ Plan de Marketing**LOGRO**

Analiza las posibilidades que presentan sus planes y define sus objetivos.

TEMARIO

- Análisis FODA, cadena de valor.
- Las 5 fuerzas de Porter, factores de éxito.
- Factores claves de éxito
- Identificación y evaluación de las estrategias de posicionamiento, segmentación, producto, etc.
- Objetivos de la empresa.

HORA(S) / SEMANA(S)

Semana 5

UNIDAD N°: 5 EVALUACIÓN DEL APRENDIZAJE**LOGRO**

El alumno reconoce el nivel de logro alcanzado durante el proceso de enseñanza ¿ aprendizaje, en función de las unidades trabajadas.

TEMARIO

Evaluación Parcial

HORA(S) / SEMANA(S)

Semana 8

UNIDAD N°: 6 Desarrollo de los planes operativos ¿ Plan de Operaciones**LOGRO**

Identifica y aplica las estrategias que permitan desarrollar el Plan de Operaciones.

TEMARIO

- Desarrollo de los planes operativos
- Plan de operaciones

HORA(S) / SEMANA(S)

Semana 9

UNIDAD N°: 7 Desarrollo de los planes operativos ¿ Plan Juridico ¿ Tributario y RRHH**LOGRO**

Identifica y aplica las estrategias que permitan desarrollar el Plan Jurídico Tributario y de RRHH.

TEMARIO

- Desarrollo de los planes operativos
- Plan Jurídico Tributario
- Plan de RRHH

HORA(S) / SEMANA(S)

Semana 10

UNIDAD N°: 8 Desarrollo de los planes operativos - Plan Económico Financiero**LOGRO**

Identifica y aplica las estrategias que permitan desarrollar el Plan Económico ¿ Financiero.

TEMARIO

- Desarrollo de los planes operativos
- Plan Económico ¿ Financiero
- Plan de implantación

HORA(S) / SEMANA(S)

Semana 11 y 12

UNIDAD N°: 9 Inscripción de la empresa**LOGRO**

Tramitará la inscripción y formalización de la empresa en los organismos del estado.

TEMARIO

- Implementación logística de la empresa
- Inscripción de la empresa en RRPP
- Trámite del RUC

HORA(S) / SEMANA(S)

Semana 13 a 14

UNIDAD N°: 10 EVALUACIÓN DEL APRENDIZAJE**LOGRO**

El alumno reconoce el logro alcanzado en el curso.

TEMARIO

- Evaluación final
- Retroalimentación

HORA(S) / SEMANA(S)

Semana 15 a 17

VI. METODOLOGÍA

El curso se desarrollará de manera práctica, realizando seguimientos semanales de los avances del plan de negocio de cada grupo.

Las evaluaciones indicarán y reflejarán el esfuerzo desarrollado por cada miembro del grupo correspondiente.

VII. EVALUACIÓN**FÓRMULA**

$$25\% (EA1) + 25\% (EX1) + 50\% \text{ PROM}(DD,2,0)$$

TIPO DE NOTA	PESO %
EA - EVALUACIÓN PARCIAL	25
EX - EXPOSICIÓN	25
DD - EVAL. DE DESEMPEÑO	50

VIII. CRONOGRAMA

TIPO DE PRUEBA	DESCRIPCIÓN NOTA	NÚM. DE PRUEBA	FECHA	OBSERVACIÓN	RECUPERABLE
EA	EVALUACIÓN PARCIAL	1	Semana 8		NO
EX	EXPOSICIÓN	1	Semana 15		NO
DD	EVAL. DE DESEMPEÑO	1	Semana 4		NO
DD	EVAL. DE DESEMPEÑO	2	Semana 12		NO

IX. BIBLIOGRAFÍA DEL CURSO**BÁSICA**

STUTELY, RICHARD (2000) Plan de negocios : la estrategia inteligente. . México.
((658.4012 STUT))

RECOMENDADA

(No necesariamente disponible en el Centro de Información)

ANZOLA ROJAS, SÉRVULO

HAMEL, GARY

HITT, MICHAEL

JOHNSON, GERRY

KOTLER, PHILIP

MALHOTRA, NARESH K.

SAINZ DE VICUÑA ANCÍN, JOSÉ MARÍA

SAPAG CHAIN, NASSIR