



## I. INFORMACIÓN GENERAL

<b>CURSO</b>	:	Dirección de Empresas
<b>CÓDIGO</b>	:	AD155
<b>CICLO</b>	:	201001
<b>CUERPO ACADÉMICO</b>	:	<b>De La Melena Mariátegui, Jorge Alberto</b> <b>Gastelumendi Dargent, René Fernando</b>
<b>CRÉDITOS</b>	:	3
<b>SEMANAS</b>	:	17
<b>HORAS</b>	:	1 H (Práctica) Semanal /3 H (Teoría) Semanal
<b>ÁREA O CARRERA</b>	:	Administración

## 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

El curso está diseñado para los alumnos de las Carreras de Ingeniería y comprende tópicos fundamentales de Administración, Operaciones y Marketing.

En el curso se estudia el entorno de la empresa, el funcionamiento de la organización, su posicionamiento en el mercado a través del marketing y el proceso de operaciones para bienes y servicios. Así mismo los alumnos participan de un taller de Emprendimiento con la finalidad de que aprendan a generar ideas de negocio. Además el producto que generen en dicho taller servirá de punto de partida para el trabajo final el cual consistirá en presentar un plan de implementación en el mercado del producto escogido.

Con la finalidad de garantizar la transferencia de los conocimientos, el curso se apoya en un Manual de Lecturas y Ejercicios para realizar en clase.

## IV. LOGRO (S) DEL CURSO

El alumno internalizar conocimientos de administración, operaciones y marketing. Identifica el mercado objetivo y construye una organización que responda a las necesidades del mercado. Finalmente identifica los factores claves para el éxito, en el sector donde compite, y convierte a estos en insumos para la gestión. Estimula su espíritu emprendedor.

## V. UNIDADES DE APRENDIZAJE

### UNIDAD N°: 1 INTRODUCCIÓN A LA ADMINISTRACIÓN Y LAS ORGANIZACIONES

#### LOGRO

Identifica conceptos fundamentales sobre las organizaciones y las funciones administrativas.

**TEMARIO**

Conceptos de administración y organización.

La empresa como Sistema.

El proceso administrativo

Roles de los gerentes.

Habilidades administrativas

Espíritu Empresarial

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

SEMANA 1

**UNIDAD N°: 2 CULTURA ORGANIZACIONAL Y EL ENTORNO CORPORATIVO ¿ GLOBALIZACIÓN****LOGRO**

Identifica la cultura organizacional como un factor fundamental y crítico en la organización.

Reconoce a las organizaciones en un entorno globalizado y los nuevos retos y paradigmas de esta realidad.

**TEMARIO**

Cultura organizacional.

Entorno empresarial.

Globalización - El aumento de los negocios internacionales

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

SEMANA 2

**UNIDAD N°: 3 LA PLANIFICACIÓN Y LA ADMINISTRACIÓN ESTRATÉGICA****LOGRO**

Interpreta la importancia del proceso de toma de decisiones efectivas en las organizaciones.

Identifica los modos de planificación y desarrollo de la administración estratégica.

**TEMARIO**

Toma de decisiones.

Planificación y desempeño.

Administración estratégica.

Control

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

SEMANA 3

**UNIDAD N°: 4 DISEÑOS ORGANIZACIONALES Y ADMINISTRACIÓN DEL CAMBIO****LOGRO**

Reconoce la relevancia de diseñar la estructura organizacional según diversos parámetros de la administración moderna.

Analiza cómo el cambio afecta a las organizaciones y reconoce el rol de liderazgo que tiene el gerente como agente de cambio.

**TEMARIO**

Principios organizacionales.  
Tipos de formas organizacionales.  
El gerente como agente de cambio.  
Manejo del cambio

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

SEMANA 4

**UNIDAD N°: 5 EQUIPOS Y MOTIVACIÓN****LOGRO**

Reconoce la efectividad de la formación y el manejo de equipos eficaces en una organización.  
Contrasta el concepto de motivación como un proceso natural en los empleados de la organización y que se fundamenta en la satisfacción de sus necesidades.

**TEMARIO**

Trabajo Grupal  
Teorías de la motivación.  
Liderazgo

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

SEMANA 5

**UNIDAD N°: 6 FUNDAMENTOS DE MARKETING****LOGRO**

Identifica los conceptos fundamentales del marketing y su importancia.  
Reconoce los procesos para llevar a cabo una investigación de mercados para entender el comportamiento de compra de los consumidores actuales.

**TEMARIO**

Estrategias de marketing y la Mezcla de mercadotecnia  
Segmentación  
Proceso de investigación de mercados y sus herramientas. Métodos de investigación. Análisis e interpretación de los resultados.  
Comportamiento de compra de los consumidores individuales y empresariales

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

SEMANAS 6 y 7

**UNIDAD N°: 7 PRODUCTO Y PRECIO****LOGRO**

Define producto y servicio. Criterios para toma de decisiones.  
Identifica los diversos objetivos de la fijación de precios que rigen las decisiones sobre fijación de precios.

Describe las herramientas y tácticas para el establecimiento de precios para la toma de decisiones.

**TEMARIO**

Concepto de producto y servicio. Clasificaciones.  
Desarrollo de productos e innovación.  
Determinación de Precios. Herramientas y tácticas.  
El punto de equilibrio, conceptos y aplicación.

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

SEMANA 9

**UNIDAD N°: 8 TALLER DE EMPRENDIMIENTO**

**LOGRO**

Los alumnos aprenden a generar una idea de negocio con el Método SCAMPER

**TEMARIO**

Exposición del método  
Generación de ideas  
Método SCAMPER

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

SEMANA 10

**UNIDAD N°: 9 DISTRIBUCIÓN Y PROMOCIÓN**

**LOGRO**

Reconoce importancia de los canales de distribución; identifica sus funciones y tipos.  
Identifica los diferentes tipos de ventas.  
Analiza las estrategias de promoción más importantes.

**TEMARIO**

Funciones de la distribución y los canales e interacciones de sus miembros. Tipos.  
Ventas.  
Estrategias y mezclas de promoción.  
Promociones de ventas

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

SEMANA 11

**UNIDAD N°: 10 ADMINISTRACIÓN DE OPERACIONES**

**LOGRO**

Explica el término producción y los factores presentes en la programación de operaciones.  
Entiende la conexión existente entre la productividad y la calidad.  
Identifica las actividades involucradas en la administración para la calidad total.

**TEMARIO**

Producción de bienes y servicios.  
Productividad  
Calidad.

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

SEMANAS 12 y 13

**UNIDAD N°: 11 ADMINISTRACIÓN DE SISTEMAS DE INFORMACIÓN Y TECNOLOGÍA****LOGRO**

El alumno entiende la importancia de las empresas en la administración de información.

**TEMARIO**

Nuevas tecnologías de negocios en la era de la información.  
Negocios electrónicos y tecnologías de comunicaciones.  
Diseño organizacional: nuevas opciones.  
Elementos del sistema de información.

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

SEMANA 14

**UNIDAD N°: 12 PRESENTACIÓN DEL PROYECTO FINAL****LOGRO**

Explora y presenta el trabajo integrador demostrando capacidad de interpretación y aplicación de los fundamentos de la dirección de empresas, mediante el desarrollo del proyecto emprendedor.

**TEMARIO**

Presentación del Trabajo Final.

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

SEMANA 15

**VI. METODOLOGÍA**

El curso se desarrollará utilizando una metodología activa y aplicada. Se analizarán lecturas y casos dándole importancia a la participación de los alumnos. El alumno realizará exposiciones y trabajos de tipo individual y grupal que conllevará al logro de los objetivos propuestos. Es requisito indispensable que el alumno haya preparado con anticipación cada una de las sesiones según las indicaciones del profesor.

## VII. EVALUACIÓN

### FÓRMULA

5% (PC1) + 8% (PC2) + 18% (EA1) + 12% (PC3) + 15% (PC4) + 15% (TF1) + 27% (EB1)

TIPO DE NOTA	PESO %
PC - PRÁCTICAS PC	5
PC - PRÁCTICAS PC	8
EA - EVALUACIÓN PARCIAL	18
PC - PRÁCTICAS PC	12
PC - PRÁCTICAS PC	15
TF - TRABAJO FINAL	15
EB - EVALUACIÓN FINAL	27

## VIII. CRONOGRAMA

TIPO DE PRUEBA	DESCRIPCIÓN NOTA	NÚM. DE PRUEBA	FECHA	OBSERVACIÓN	RECUPERABLE
PC	PRÁCTICAS PC	1	SEMANA 3		SÍ
PC	PRÁCTICAS PC	2	SEMANA 6		SÍ
EA	EVALUACIÓN PARCIAL	1	SEMANA 8		SÍ
PC	PRÁCTICAS PC	3	SEMANA 11		SÍ
PC	PRÁCTICAS PC	4	SEMANA 14		SÍ
TF	TRABAJO FINAL	1	SEMANA 15		NO
EB	EVALUACIÓN FINAL	1	SEMANA 16		SÍ

## IX. BIBLIOGRAFÍA DEL CURSO

### BÁSICA

GRIFFIN, Ricky W. (2005) Negocios. Naucalpan de Juárez : Pearson Educación.  
(658 GRIF)

### RECOMENDADA

(No necesariamente disponible en el Centro de Información)

ARELLANO CUEVA, Rolando (2000) Marketing : enfoque América Latina. México, D.F : McGraw-Hill.  
(658.8098 AREL)

GASTELUMENDI DARGENT, René (2009) Dirección de empresas : cuaderno de trabajo. Lima : UPC.  
(CUR AD155 GAST 2009-1)

KOTLER, Philip (2008) Fundamentos de marketing. Naucalpan de Juárez : Pearson Educación.  
(658.8 KOTL/F 2008)

ROBBINS, Stephen P. (2005) Administración. Naucalpan de Juárez : Pearson Educación.  
(658 ROBB 2005)

STONER, James (1996) Administración. México, D. F. : Pearson Educación.  
(658 STON/A)