



## I. INFORMACIÓN GENERAL

<b>CURSO</b>	:	Dirección de Empresas
<b>CÓDIGO</b>	:	AD155
<b>CICLO</b>	:	201501
<b>CUERPO ACADÉMICO</b>	:	<b>Davila Revoredo, Daniel Roberto</b>
<b>CRÉDITOS</b>	:	3
<b>SEMANAS</b>	:	15
<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

Al finalizar el curso, el estudiante analiza las organizaciones, relacionando las diferentes funciones empresariales, identificando el mercado objetivo y determinando los requerimientos de los clientes.

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

#### TEMARIO

- Conceptos de administración y organización.

- La empresa como Sistema y su función en la sociedad.
- Entorno Empresarial
- Roles de los gerentes.
- Habilidades administrativas
- Cultura Organizacional
- Responsabilidad Social de la Empresa y Ética de los Negocios.

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

SEMANA 1

**UNIDAD N°: 2 ESPIRITU EMPRENDEDOR**

**LOGRO**

Identifica los impulsores de la actitud emprendedora, reconociendo la importancia de la disposición personal para la creación de empresas y el autoempleo como alternativa profesional.  
Analiza las posibilidades y limitaciones para la formación de empresas.

**TEMARIO**

- Significado e importancia.
- El empresario y sus características
- Creación de empresas: el proceso emprendedor

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

SEMANA 2

**UNIDAD N°: 3 TALLER DE EMPRENDIMIENTO**

**LOGRO**

Los alumnos aprenden a generar una idea de negocio con el Método SCAMPER y  
Un modelo de negocio con el Método CANVAS.

**TEMARIO**

- Exposición del método SCAMPER
- Generación de ideas
- Exposición del método CANVAS
- Desarrollo del modelo de negocio

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

SEMANA 3

**UNIDAD N°: 4 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**

- El proceso administrativo
- Toma de decisiones.
- Planificación y desempeño. La Matriz FODA
- Planes y Estrategias Empresariales
- Dirección por Objetivos

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

SEMANAS 4 y 5

**UNIDAD N°: 5 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**

- El diseño organizacional y la departamentalización.
- Tipos de estructuras organizacionales.
- Motivación y Liderazgo.
- El gerente como agente de cambio. Manejo del cambio.

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

SEMANA 6

**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.

Define producto y servicio. Criterios para toma de decisiones.

Describe las herramientas y tácticas para el establecimiento de precios.

Reconoce la importancia de los canales de distribución, identifica sus funciones y tipos.

Analiza las estrategias de promoción más importantes.

**TEMARIO**

- Conceptos, principios y filosofía de marketing.
- Estrategias de marketing.
- Segmentación de mercado
- Investigación de mercado y sus herramientas
- Análisis del comportamiento del consumidor.
- Concepto de producto y servicio. Clasificaciones.

- Desarrollo de productos e innovación
- Funciones de la distribución y los canales e interacciones de sus miembros. Tipos.
- Estrategias y mezclas de promoción.
- Plan de Marketing

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

SEMANAS 7 y 9

**UNIDAD Nº: 7 FINANZAS**

**LOGRO**

Proporciona los conceptos y las herramientas necesarios para analizar las decisiones financieras así como la adecuada formulación de proyectos ya sea de creación de nuevas empresas o de mejoramientos dentro de ellas.

**TEMARIO**

- Criterios de selección de proyectos de inversión.VAN, TIR, ROI, Pay Back.
- Proyección y elaboración de flujo de caja libre.
- Indicadores financieros claves para la medición del desempeño y de la creación de valor de la empresa.

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

SEMANA 10

**UNIDAD Nº: 8 GESTIÓN DE PERSONAS Y OPERACIONES**

**LOGRO**

Relaciona los objetivos y actividades, organización e interrelaciones de las áreas funcionales que han optimizado sus operaciones gracias a las tecnologías de información y las que se han renovado por el desarrollo de las ciencias sociales.

**TEMARIO**

- Administración de las Operaciones.
- Administración de personas.
- Sistemas de información.

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

SEMANAS 11 y 12

**UNIDAD Nº: 9 CONTROL Y EL BALANCED SCORE CARD**

**LOGRO**

Relaciona la función de control con la planeación en el proceso administrativo.  
Aplica los diferentes enfoques de control tanto en los procesos internos como los vinculantes con el entorno. Valora y comprende nuevos enfoques de control.

**TEMARIO**

- La función de control, importancia, relación con la planeación y desempeño organizacional.
- El proceso de control: etapas
- Empleo de Cuadro de Mando Integral (Balanced Score Card) e Indicadores.

**HORA(S) / SEMANA(S)**  
SEMANAS 13 Y 14

## VI. METODOLOGÍA

El proceso de enseñanza y aprendizaje se desarrollará con exposiciones sobre los temas de cada unidad dándoles una orientación a la aplicación práctica del conocimiento.

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

La evaluación continua del conocimiento se llevará a cabo a través de intervenciones orales, sustentación de los casos y tareas, prácticas y controles de lectura y la realización de talleres.

## VII. EVALUACIÓN

### FÓRMULA

$$10\% (PC1) + 10\% (PC2) + 25\% (EA1) + 10\% (PC3) + 20\% (TF1) + 25\% (EB1)$$

TIPO DE NOTA	PESO %
PC - PRÁCTICAS PC	10
PC - PRÁCTICAS PC	10
EA - EVALUACIÓN PARCIAL	25
PC - PRÁCTICAS PC	10
TF - TRABAJO FINAL	20
EB - EVALUACIÓN FINAL	25

## VIII. CRONOGRAMA

TIPO DE PRUEBA	DESCRIPCIÓN NOTA	NÚM. DE PRUEBA	FECHA	OBSERVACIÓN	RECUPERABLE
PC	PRÁCTICAS PC	1	SEMANA 5		SÍ
PC	PRÁCTICAS PC	2	SEMANA 11		SÍ
EA	EVALUACIÓN PARCIAL	1	SEMANA 8		SÍ
PC	PRÁCTICAS PC	3	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. (2010) Administración. Naucalpan de Juárez, México : Pearson Educación.  
(658 ROBB 2010)

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