



SYLLABUS: ECONOMÍA DE LA EMPRESA II

I. INFORMACIÓN GENERAL

1.1	Código	: 1124
1.2	Ciclo de Estudios	: IV
1.3	Créditos	: 03
1.4	Área curricular:	: Estudios Generales
1.5	Condición	: Obligatorio
1.6	Semestre Académico	: 2022 –A
1.7	Duración	: 17 semanas
1.8	Número Total de Horas	: 04 horas
1.9	Pre-Requisito	: Economía de la Empresa I
1.10	Escuela Profesional	: Administración
1.11	Texto básico	: Economía y empresa, Salvatore. Editorial Mc Graw Hill Colombia

II. SUMILLA

Asignatura teórica y práctica. El propósito es brindar al alumno los conceptos y herramientas para la comprensión del método y funcionamiento de la economía. Comprende: método de la economía, posibilidades de producción, agentes económicos; oferta, demanda y equilibrio de mercado, comercio y regulación de los mercados, costos de producción, falla de mercado, limitaciones de las teorías económicas e intervención del estado.

La organización del contenido comprende tres unidades didácticas:

UNIDAD I: El método de la economía y la contextualización de la empresa

UNIDAD II: El mercado y el producto empresarial

UNIDAD III: Barreras de entrada al mercado y responsabilidad social

III. COMPETENCIAS DE LA ASIGNATURA

- Toma conocimiento del contexto de la empresa
- Aprende como segmentar el mercado, a definir el proceso productivo, la estrategia de producto y determinar precio
- Sabe cómo analizar las barreras de entrada al mercado, la ubicación, los impuestos.
- Conoce los fundamentos de la Responsabilidad social.



IV. CAPACIDADES

- Identifica el entorno empresarial
- Identifica el mercado objetivo
- Define el proceso productivo
- Define la estrategia de producto
- Determina el precio
- Identifica las barreras de entrada al mercado
- Elabora acciones de responsabilidad social

PROGRAMA DE CONTENIDOS:

UNIDAD I: EL METODO DE LA ECONOMIA Y LA CONTEXTUALIZACION DE LA EMPRESA					
CAPACIDAD: Identifica el entorno empresarial					
SEM:	ACTITUDES:			Estrategias de Aprendizaje	Horas
	Conceptuales	Procedimentales			
1	Presentación del sílabo Introducción	<ul style="list-style-type: none"> ● Demuestra interés por el curso ● Valora las funciones empresariales ● Atribuye importancia a las dimensiones empresariales ● Muestra interés por conocer las relaciones empresariales ● Muestra interés por diagnosticar el entorno de la empresa 		Analiza y comenta el contenido del sílabo	4 h
2	Conceptualización Clasificación, funciones y objetivos de la empresa	Conceptúa, clasifica, conoce las funciones de la empresa		Clasifica, elabora funciones y diseña objetivos empresariales	4h
3	Características y análisis de las dimensiones empresariales	Caracteriza y analiza: <ul style="list-style-type: none"> - La micro empresa - La mediana empresa - La gran empresa 		Caracteriza y analiza una empresa existente	4h
4	El Flujo económico y la empresa	Aprende la dinámica relacional entre las unidades económicas, los mercados y los entes estatales		Desarrolla una casuística de flujo económico	4 h



**UNIVERSIDAD NACIONAL DEL CALLAO
FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS**



5	Análisis del entorno empresarial	Identifica y diagnóstica el entorno empresarial	Elabora un análisis de entorno a una empresa existente	4 h
---	----------------------------------	---	--	-----

UNIDAD II: EL MERCADO Y EL PRODUCTO EMPRESARIAL				
CAPACIDAD: Identifica el mercado objetivo, define el proceso productivo, define la estrategia de producto, y determina el precio				
ACTITUDES:				
<ul style="list-style-type: none"> ● Se motiva a elegir un mercado de interés ● EXAMEN FINAL ● Muestra interés por la innovación del producto ● Demuestra interés por la importancia de los precios de mercado 			Estrategia de Aprendizaje	
Sem:	Conceptuales	Procedimentales		Horas
6-7	Análisis de los mercados y diseño del mercado objetivo para el producto	Aprende a diseñar el mercado objetivo para el producto de la empresa	Define el mercado de objetivo para una empresa existente	8 h
8	EXAMEN FINAL			
9 -10	Ingeniería de producto – Servicio	Conoce el proceso productivo o de servicios	Diseña el proceso productivo y el producto	8h
11:	Análisis de los precios y estrategias de fijación de precios de la empresa	<ul style="list-style-type: none"> - Identifica los precios - Visita empresarial 	Elabora estrategias de precios e informe de visita empresarial	4 h



UNIDAD III: BARRERAS DE ENTRADA AL MERCADO – RESPONSABILIDAD SOCIAL				
- CAPACIDAD: -				
- ACTITUDES:				
<ul style="list-style-type: none">● Se interesa por conocer las barreras de entrada al mercado● Comprende la importancia de la ubicación de una empresa● Se interesa por los sistemas y regímenes tributarios● Muestra interés por conocer los fundamentos de la RSE				
Sem: Horas	Conceptuales	Contenidos Procedimentales	Contenido Actitudinal	Horas
12	Acceso al mercado	Conoce las barreras de entrada por regulación y las barreras económicas de mercado	Evalúa las barreras de entrada al mercado	4 h
13	Ubicación empresarial	Aprende métodos de ubicación empresarial	Evalúa la ubicación óptima para una empresa	8h
14	Los sistemas tributarios empresariales	Conoce los tributos generales y municipales para la empresa	Define el régimen de conveniente para una empresa	4 h
15	Responsabilidad social de la empresa	Conoce los fundamentos de la RSE. Creación de valor sostenible	Elabora el plan de responsabilidad social del proyecto empresarial	4h

16	Examen Final
17	Examen Sustitutorio
REFERENCIAS	

METODOLOGÍA

6.1 Estrategias centradas en la enseñanza

- Referenciar el tema.
- Exponer el tema.
- Participar con preguntas y respuestas.
- Trabajar en equipo.



- e. Presentar diapositivas y videos
- f. Evaluar.

6.2 Estrategias centradas en el aprendizaje

- a. Recabar información permanentemente.
- b. Analizar la información
- c. Concluir del análisis
- d. Trabajar en equipo.
- e. Orientar los talleres
- f. Exponer

VII. RECURSOS PARA EL APRENDIZAJE

- a. Pizarra.
- b. Plumones.
- c. Ordenadores.
- d. Multimedia.
- e. Móviles.

VIII EVALUACIÓN

La evaluación es un componente del proceso formativo que implica Información sobre los rendimientos y desempeños del estudiante.

Permite el análisis para mejorar el proceso de enseñanza- aprendizaje.

Se evalúa antes, durante y al finalizar el proceso.

Para efectos de calcular el resultado final de la evaluación asignatura, se utiliza la siguiente fórmula:

$$EXP (0.1) + EXF (0.1) + EPC (0.30) + ET (0.3) + EA (0.1) + EPRS (0.15) = T (1.0)$$

EXP	=	Examen Parcial
EXF	=	Examen Final
EPC	=	Evaluación de prácticas calificadas
ET	=	Evaluación de trabajos
EA	=	Evaluación actitudinal
EPRS	=	Evaluación y responsabilidad social universitaria
EA	=	Evaluación total



IX. FUENTES DE INFORMACIÓN COMPLEMENTARIAS

9.1. Fuentes bibliográficas

- Economía y empresa, Salvatore. Editorial Mc Graw Hill Colombia
- Economía y organización de empresa, Valle. Editorial Mc Graw Hill Colombia
- Economía y la empresa, Méndez. Editorial Mc Graw Hill Colombia
- Teoría de los precios y sus aplicaciones, Pashigan. Editorial Mc Graw Hill Colombia
- Administración de operaciones. Schroeder. Editorial Mc Graw Hill Colombia
- Administración de la producción y las operaciones: Conceptos, modelos. Jr. Everett E. Adam, Adam Ebert, Everett E. Adam, Jr., Ronald J. Ebert, Jorge Rodriguez. Editorial Mc Graw Hill. México

Normas Jurídicas

- La constitución política del Perú
- La Ley General de Sociedades
- Ley de la Empresa Individual de Responsabilidad Limitada
- La Ley del impuesto a la renta
- Las leyes sectoriales
- Las leyes de fomento, etc.

9.2. Fuentes electrónicas

	DIRECCIÓN ELECTRÓNICA	TEMA
01	http://www.ideasparapymes.com/	ideas para pymes
02	http://espanol.doingbusiness.org/data/explore/economies/peru#protecting-investors	Metodologías sobre el desarrollo de proyectos de inversión
03	http://www.aplicacionesempresariales.com/	Aplicaciones empresariales
04	http://www.unimet.edu.ve/economia-empresarial/	Guía
05	https://www.bbvaopenmind.com/articulos/la-economia-de-la-empresa/	Guía

X. RÉGIMEN DE ESTUDIO

El régimen de estudios del programa de Administración es de modalidad virtual

Callao, abril 2022