



SILABO
ADMINISTRACION Y GESTION EMPRESARIAL

I. INFORMACIÓN GENERAL

1.1 Asignatura:	ADMINISTRACION Y GESTION EMPRESARIAL
1.2 Código:	EE822
1.3 Condición:	Obligatorio
1.4 Pre -Requisito:	EE719
1.5 No de Horas de Clase:	04 (02 teoría + 02 practica)
1.6 No de Créditos:	03
1.7 Ciclo:	VIII
1.8 Semestre Académico:	2022 - A
1.9 Duración:	Del marzo al Junio de 2022
1.10 Profesores:	Ing. CIP VARA SANCHEZ JESUS VICENTE
1.11 Horario:	Practica 01T Jueves 18.50-20.30 Teoría 01T Sábado 10.30-12.30

II. SUMILLA

El curso pertenece al área de estudios específicos, es de naturaleza teórico práctico y carácter obligatorio, tiene el propósito de lograr una base sólida de conocimiento de análisis financiero, planeamiento, estrategia, organización empresarial, comercio internacional y logística, como elemento característico de aplicación en la gestión empresaria

III. COMPETENCIAS DE LA ASIGNATURA

3.1 COMPETENCIAS GENÉRICAS

- Analiza y sintetiza información relacionada con la gestión empresarial.
- Toma decisiones acertadas a la hora de resolver problemas de administración y gestión empresarial.
- Resuelve problemas de su entorno relacionados con administración y gestión empresarial.
- Se comunica eficazmente en forma oral y escrita para expresar ideas u opiniones en debates y foros.
- Genera su propio aprendizaje (autoaprendizaje) en la asignación de algunas tareas del curso.
- Asume rol de liderazgo en diversos contextos para afrontar una situación.
- Trabaja cooperativamente / colaborativamente asumiendo roles de acuerdo a sus capacidades y conocimientos.
- Propone soluciones creativas e innovadoras en el diseño de prototipos o modelos.



3.2 COMPETENCIAS ESPECÍFICAS

COMPETENCIAS ESPECÍFICAS, CAPACIDADES Y ACTITUDES

COMPETENCIA GENERAL: Lidera eficientemente la gestión implementando procesos con actitud emprendedora e innovadora para establecer empresas propias y generar fuentes de trabajo.		
COMPETENCIAS	CAPACIDADES	ACTITUDES
<ul style="list-style-type: none">• Comprende los alcances de la finanza y de la gestión, fomentando la ventaja competitiva en su desarrollo profesional.• Analiza la estructura de la organización con la gestión para generar nuevas fuentes de trabajo.• Fomenta el desarrollo de las estrategias, el marketing, comercio internacional y la logística en la gestión empresarial.	<ul style="list-style-type: none">- Describe los conceptos básicos de la microeconomía y finanzas en la gestión empresarial.- Desarrollar los conceptos de la administración y de la estrategia para una ventaja competitiva.- Comprende el estudio de mercado y la mercadotecnia en la gestión empresarial.- Describe los conceptos básicos del comercio internacional, la logística desarrollo de la empresa.	<ul style="list-style-type: none">- Muestra entusiasmo al realizar actividades.- Manifiesta interés por participar en el aula.- Demuestra tolerancia y respeto a los demás.- Demuestra puntualidad al asistir a clases y en el cumplimiento de tareas.



IV. PROGRAMACIÓN POR UNIDADES DE APRENDIZAJES

UNIDAD I: MICROECONOMIA Y FINANZAS CONCEPTOS BASICO				
Duración: 4 semanas: 1era., 2da., 3ra y 4ta semana.				
Fecha de Inicio: Fecha de Término:				
Capacidades de la Unidad: C1 (de Enseñanza -Aprendizaje): Describe los conceptos básicos de la microeconomía y finanzas en la gestión empresarial C2 (Investigación Formativa):				
Programación de contenidos:				
SEMANA	CONTENIDOS CONCEPTUALES	CONTENIDOS PROCEDIMENTALES	CONTENIDO ACTITUDINAL	INDICADORES
1	- Presentación del sílabo. - Introducción al curso. - Frontera de posibilidades de producción (FPP). - Demanda, oferta y punto equilibrio de mercado.	- Desarrollar y practicar el FPP, Demanda, oferta y punto equilibrio de mercado.	- Valora su importancia del tema en la gestión empresarial	-Reconoce su importancia FPP para aplicar en la gestión.
2	- Elasticidad y Costos marginales (cm)	- Analizar elasticidad y costos marginales de la demanda, oferta y el punto de equilibrio.	-Participar en el análisis de elasticidad y cm en la demanda y la oferta.	-Valorar la elasticidad y cm en el uso de la gestión.
3	- Teoría de la empresa (TE) y los mercados - Monopolio y Oligopolio	- Analizar la teoría de la empresa y los mercados -Analizar los conceptos de Monopolio y Oligopolio	- Participar en la aplicación de la TE y los mercados. - Participar en la importancia del tema de monopolio y oligopolio.	-Valorar TE y los mercados, monopolio y oligopolio en la gestión empresarial.
4	- Interés simple-compuesto. - Descuentos. - VPN-TIR - Renta.	- Analizar y practicar la ingeniería económica básica.	-Participar en la aplicación de la ingeniería económica básica.	-Valorar su aplicación en la gestión empresarial.



UNIVERSIDAD NACIONAL DEL CALLAO
FACULTAD DE INGENIERIA ELECTRICA Y ELECTRONICA
ESCUELA PROFESIONAL DE INGENIERÍA ELÉCTRICA

UNIDAD II ADMINISTRACION Y ESTRATEGIA EN LA GESTION				
Duración: 3 semanas: 5ta., 6ta. y 7ma. semana.				
Fecha de Inicio Fecha de Término:				
Capacidades de la Unidad: C1 (de Enseñanza -Aprendizaje): Desarrollar los conceptos de la administración y de la estrategia para una ventaja competitiva. C2 (de Investigación Formativa):				
Programación de contenidos:				
SEMANA	CONTENIDOS CONCEPTUALES	CONTENIDOS PROCEDIMENTALES	CONTENIDOS ACTITUDINALES	INDICADORES
5	-Administración conceptos básicos. <ul style="list-style-type: none">• Planeación.• Dirección.• Organización.• Control.	- Analizar los conceptos básicos de Administración.	- Participar y debatir los conceptos básicos de administración.	- Valorar los cuatros temas de la administración en la gestión empresarial.
6	- Estrategia ventaja competitiva y buena gestión de las empresas.	- Desarrollar la estrategia en la gestión empresarial.	- Participa en el trabajo la estrategia de ventaja competitiva.	-Fomentar al ingeniero en la estrategia de la ventaja competitiva.
7	- Planeamiento estratégico. <ul style="list-style-type: none">o BCG.o FODA	- Analizar el planeamiento estratégico empresarial.	-Participar en su formación de planeamiento estratégico.	- Fomentar su actitud como planificador estratégico empresarial.
8	- EXAMEN PARCIAL			



UNIVERSIDAD NACIONAL DEL CALLAO
FACULTAD DE INGENIERIA ELECTRICA Y ELECTRONICA
ESCUELA PROFESIONAL DE INGENIERÍA ELÉCTRICA

UNIDAD III. ESTUDIO DE MERCADO Y MKT				
Duración: 4 semanas: 9na., 10ma., 11ra. y 12da. semana.				
<i>Fecha de Inicio Fecha de Término:</i>				
Capacidades de la Unidad: C1 (de Enseñanza -Aprendizaje): Comprende el estudio de mercado y la mercadotecnia en la gestión empresarial. C2 (de Investigación Formativa):				
Programación de contenidos:				
SEMANA	CONTENIDOS CONCEPTUALES	CONTENIDOS PROCEDIMENTALES	CONTENIDOS ACTITUDINALES	INDICADORES
9	- Conceptos básicos de estudio de mercado.	- Analizar los conceptos básicos de estudio de mercado.	- Participar en la recopilación de información básica para el estudio de mercado.	- Fomentar su aplicación en análisis de su propia empresa.
10	- Comportamiento del consumidor	- Aplica y desarrolla procedimientos del comportamiento del consumidor.	- Participar en el análisis del comportamiento del consumidor.	- Fomentar la utilidad en aplicación profesional.
11	- Mercadotecnia.	- Utiliza y desarrolla la mercadotecnia.	- Valora la aplicación de la mercadotecnia.	- Motivar su aplicación en la gestión profesional.
12	- Posicionamiento - Mkt internacional.	- Analizar el posicionamiento de los productos y el mkt internacional.	- Participa en el análisis de posicionamiento del producto y el mkt internacional.	- Reconocer el trabajo en equipo como profesional.

UNIDAD IV. COMERCIO INTERNACIONAL Y LOGISTICA				
Duración: 4 semanas: 13ra., 14ta., y 15ta. semana.				
<i>Fecha de Inicio: Fecha de Término:</i>				
Capacidades de la Unidad: C1 (de Enseñanza -Aprendizaje): Describe los conceptos básicos del comercio internacional, la logística desarrollo de la empresa. C2 (de Investigación Formativa):				
Programación de contenidos:				
SEMANA	CONTENIDOS CONCEPTUALES	CONTENIDOS PROCEDIMENTALES	CONTENIDOS ACTITUDINALES	INDICADORES
13	- Comercio Internacional	- Analizar el comercio internacional.	- Desarrollar los Icoterms.	- Fomentar su aplicación en la importación de equipos eléctricos.
14	- Logística	- Aplicar en el desarrollo la logística.	- Desarrollar la logística.	- Reconocer su utilidad de la logística como herramienta profesional
15	- Trabajo Investigación	Presentación y Exposición		
16	- Examen Final.			
17	- Examen sustitutorio			



IV. ESTRATEGIAS METODOLÓGICAS (aplicación virtual)

- Método Expositivo - Interactivo. Disertación docente, participación activa del estudiante.
- Aprendizaje basado en proyectos y problemas.
- Discusión Guiada. Conducción del grupo para abordar situaciones y llegar a conclusiones
- Foro de Investigación Aplicación de temas de investigación y su desarrollo proactivo.
- Método de Demostración - Ejecución. El docente ejecuta para demostrar cómo y con qué se hace, y el estudiante ejecuta para demostrar lo que aprendió.
- Análisis y resolución de casos prácticos.

SOPORTE DE COMUNICACIÓN MULTIPLATAFORMA

- Google meet, Zoom, SGA y correo institucional

VI. MATERIALES EDUCATIVOS Y OTROS RECURSOS DIDÁCTICOS:

Plataforma virtual

- Equipos multimedia: Laptop, pizarra virtual, etc.
- Equipos diversos para el desarrollo de los ensayos en laboratorio virtual.
- Materiales: Plumones de colores, Papelógrafos, separatas digitales del curso, pos-it, etc.

VII. EVALUACIÓN DEL APRENDIZAJE

Se evaluará mediante un examen parcial, un examen final más la nota promedio del trabajo de investigación formativa, más el promedio de cinco prácticas de laboratorio. Adicionalmente se tomará un examen sustitutorio que reemplazará la nota más baja de uno de los exámenes.

La nota final se obtendrá según:

$$PF = 0,20 (PE+PI) + 0,30 EP + 0,05 SP + 0,15 T1 + 0,30 EF$$

PF = Promedio Final
PI = Promedio de Trabajo Investigación
PE = Promedio exposición
EP = Examen Parcial
EF = Examen Final
SP= Sumatoria practicas
T1=Trabajo problemas Matlab



VIII. BIBLIOGRAFÍA

- CESAR MARTHANS GARRO. (2008). *Tratado integral de logística empresarial*. (1ra Ed). Perú.: Edición San Marcos.
- CHARLES W.L HILL. (2011). *Negocios Internacionales. Competencia en el mercado global*. (8va Ed). México.: Mc Graw Hill.
- GRABIELA BACA URBINA. (2007) *Fundamentos de Ingeniería Económica*. (4ta Ed). México.: Mc Graw Hill.
- HAROL KOONTZ, HEINZ WEHRICH, MARK CANNICE. (2012) *Administración. Una perspectiva global y empresarial*. (14ta Ed). México.: Mc Graw Hill.
- LEON G. SCHIFFMAN, LESLIE LAZAR KANUK. (2010). *Comportamiento del consumidor*. (10 Ed). México.: Person.
- LUIS ANIBAL MORA GARCIA. (2010). *Gestión logística integral*. (1ra Ed). Colombia.: Ecoe Ediciones.
- MIGUEL SANTESMASES MESTRE. (2015). *Marketing. Conceptos y estrategias*. (6ta Ed). España.: Ediciones Pirámide.
- ROBERT S. PINDYCK, DANIEL L. RUBINFELD. (2009) *Microeconomía*. (7ma Ed). España.: Pearson.
- THOMPSON I PETERAF, GAMBLE I STRICKLAND. (2012) *Administración Estratégica*. (18va Ed). México.: Mc Graw Hill.