



Universidad de Ingeniería y Tecnología
Escuela Profesional de
Ciencia de la Computación
Silabo del curso – Periodo Académico 2018-I

1. **Código del curso y nombre:** BM101. Gestión de Empresas
2. **Créditos:** 2
3. **Horas de Teoría y Laboratorio:** 1 HT; 2 HP;
4. **Docente(s)**

Atención previa coordinación con el profesor

5. Bibliografía

- [A12] Maurya. A. *Running lean: Iterate from plan A to a plan that works*. Sebastopol, 2012.
[PF03] Kotler. P and Trias de Bes. F. *Marketing Lateral*. Madrid, Person Prentice Hill., 2003.

6. Información del curso

- (a) **Breve descripción del curso** Este curso tiene como objetivo proporcionar a los estudiantes con las herramientas necesarias para ir un paso más allá de la idea inicial y modelo de negocio. Aprenderán los primeros pasos hacia la conceptualización de una empresa y la construcción de su equipo. También explorarán los fundamentos de la creación de un plan de negocios eficaz. Es el segundo de un conjunto de tres cursos diseñados para acompañar a los estudiantes a medida que transforman una idea en un negocio o emprendimiento, desde la ideación, hasta la revisión de la estrategia empresarial actual
- (b) **Prerrequisitos:** GH1007. Introducción al Desarrollo de Empresas. (2^{do} Sem)
- (c) **Tipo de Curso:** Obligatorio

7. Competencias

- Entendimiento de los conceptos básicos del proceso de planificación de negocios y su papel dentro del ciclo de vida empresarial

8. Contribución a los resultados (Outcomes)

- f) Comunicarse efectivamente con audiencias diversas. (**Usar**)
- h) Incorporarse a un proceso de aprendizaje profesional continuo. (**Usar**)
- n) Aplicar conocimientos de humanidades en su labor profesional. (**Usar**)

9. Competencias (IEEE)

- C17.** Capacidad para expresarse en los medios de comunicación orales y escritos como se espera de un graduado.⇒ **Outcome f,h,n**
- C20.** Posibilidad de conectar la teoría y las habilidades aprendidas en la academia a los acontecimientos del mundo real que explican su pertinencia y utilidad.⇒ **Outcome f,n**
- C24.** Comprender la necesidad de la formación permanente y la mejora de habilidades y capacidades.⇒ **Outcome f,h**

10. Lista de temas a estudiar en el curso

1. Gestión de Empresas

11. Metodología y Evaluación

Metodología:

Sesiones Teóricas:

El desarrollo de las sesiones teóricas está focalizado en el estudiante, a través de su participación activa, resolviendo problemas relacionados al curso con los aportes individuales y discutiendo casos reales de la industria. Los alumnos desarrollarán a lo largo del curso un proyecto de aplicación de las herramientas recibidas en una empresa.

Sesiones de Laboratorio:

Las sesiones prácticas se desarrollan en laboratorio. Las prácticas de laboratorio se realizan en equipos para fortalecer su comunicación. Al inicio de cada laboratorio se explica el desarrollo de la práctica y al término se destaca las principales conclusiones de la actividad en forma grupal.

Exposiciones individuales o grupales:

Se fomenta la participación individual y en equipo para exponer sus ideas, motivándolos con puntos adicionales en las diferentes etapas de la evaluación del curso.

Lecturas:

A lo largo del curso se proporcionan diferentes lecturas, las cuales son evaluadas. El promedio de las notas de las lecturas es considerado como la nota de una práctica calificada. El uso del campus virtual UTEC Online permite a cada estudiante acceder a la información del curso, e interactuar fuera de aula con el profesor y con los otros estudiantes.

Sistema de Evaluación:

12. Contenido

Unidad 1: Gestión de Empresas (16)	
Competences esperadas: C17,C20	
Objetivos de Aprendizaje	Tópicos
<ul style="list-style-type: none">Entendimiento de la importancia de una planificación eficaz y cómo contribuye al lanzamiento y éxito de una empresa.	<ul style="list-style-type: none">El ciclo de vida empresarial: ¿Por qué necesito un plan de negocios?Diferencias entre el modelo de negocio y la planificación empresarialLa importancia de un equipo bien estructuradoAnálisis ambiental y principales herramientas de investigación de mercadoPlanificación Estratégica: Por qué es necesario y cómo se haceLa importancia del capital: humano, financiero e intelectualCómo construir un plan de operacionesLos fundamentos del marketing: definir estrategia de marketingProyecciones financieras: costos y ventasAsuntos legalesNegocios Responsables: lo básico
Lecturas : [A12], [PF03]	