

UNIVERSIDAD INDUSTRIAL DE SANTANDER ESCUELA DE ESTUDIOS INDUSTRIALES Y EMPRESARIALES Ingeniería Industrial			
Nombre de la Asignatura DIRECCION EMPRESARIAL I			
Código 22964		Número de Créditos 3	
INTENSIDAD HORARIA SEMANAL		Requisitos:	
TAD	TI:		
Teóricas: 4 Prácticas: 0	5		
Profesor: JUAN FRANCISCO MARADEI GARCIA		Grupo: B1	Salón: 304 Ing. Industrial
Email: jmaradei@correo.uis.edu.co		Horario de clase: Lunes y Miércoles 8:00 - 10:00 am.	Horario atención: Martes 10:00 - 12:00 Viernes 2:00 - 4:00
JUSTIFICACIÓN <p>En un entorno empresarial cada vez más dinámico y competitivo, resulta indispensable que los futuros profesionales comprendan de manera integral el funcionamiento de las organizaciones y fortalezcan habilidades fundamentales para el desempeño eficaz en dicho entorno. Por lo tanto, esta asignatura abarca desde los fundamentos conceptuales de la empresa hasta sus procesos estratégicos, operativos y de apoyo, desde un enfoque práctico y analítico. De modo que, los estudiantes adquieran conocimientos y competencias necesarios para entender, gestionar y fortalecer las organizaciones modernas, preparándolos para responder a los desafíos actuales del mundo empresarial.</p>			
PROPÓSITO DE LA ASIGNATURA <p>Desarrollar en el estudiante una comprensión integral de la organización, su entorno y los elementos que componen su funcionamiento estratégico y operativo. Para ello, a partir de un enfoque práctico y analítico los estudiantes aprenderán a relacionar y articular conceptos básicos de la administración de empresas, consolidando las bases para el desarrollo de competencias emprendedoras, gerenciales y estratégicas.</p>			
COMPETENCIAS ESPERADAS <ol style="list-style-type: none"> 1. Identificar y diferenciar los elementos fundamentales de una organización, sus tipos, áreas funcionales y grupos de interés. 2. Analizar el mercado y los consumidores de una empresa. 3. Conocer y comprender aspectos clave de la investigación de mercados. 4. Proponer estrategias básicas de marketing (producto, precio, plaza y promoción) para una empresa. 5. Conocer los procesos más importantes que realizan las empresas y comprender la interrelación que existe entre ellos. 6. Reconocer la importancia de las personas en las organizaciones y el desarrollo de procesos adecuados para la gestión del talento humano. 7. Comprender los conceptos financieros básicos y hacer proyecciones financieras que sustenten la toma de decisiones de la gerencia. 8. Desarrollar capacidades para la toma de decisiones empresariales integrando información interna y externa de la empresa. 9. Conocer y comprender aspectos fundamentales del liderazgo, el trabajo en equipo y la comunicación organizacional con el fin de desarrollar de habilidades gerenciales. 			

CONTENIDOS

1. INTRODUCCIÓN

- Socialización del programa de curso
- ¿Qué es una organización?
- Tipos de organizaciones
- Diferencia entre organización y empresa
- Recursos organizacionales
- Grupos de Interés
- Áreas funcionales de la empresa
- ¿Qué es la administración?
- Funciones básicas de la administración (Planear, Organizar, Dirigir, Controlar).
- Objetivos de la administración
- Importancia de la administración para los ingenieros.

2. ÁREAS FUNCIONALES

2.1. Mercadeo

- ¿Qué es producto?
- Niveles de producto
- Tipos de producto
- ¿Qué es mercado?
- Tipos de mercado
- Mercado relevante
- Mercado objetivo
- Investigación de mercados
- Estrategias de marketing

2.2. Operaciones

- Cadena de valor
- Tipos de procesos
- Planeación de las operaciones
- Balance demanda capacidad

2.3. Talento Humano

- Concepto y tipos de estructuras organizativas
- Organigramas
- Planeación del talento
- Selección y Contratación
- Compensación
- Evaluación del desempeño
- Desarrollo de personal
- Cultura y Clima organizacional

2.4. Finanzas

- Conceptos básicos financieros
- Estados financieros (Balance general, Estado de resultados)
- Indicadores financieros
- Elaboración del Estado de resultados
- Análisis de rentabilidad

3. DIAGNÓSTICO ORGANIZACIONAL

3.1. Análisis Externo

- Microentorno vs Macroentorno
- Análisis PESTEL
- Identificación de oportunidades y amenazas
- Casos de estudio: Análisis de industrias

3.2. Análisis Interno

- Recursos y capacidades claves
- Análisis de los recursos y las capacidades claves
- Identificación de fortalezas y debilidades
- Casos de estudio: Análisis de empresas

4. TOMA DE DECISIONES GERENCIALES

- Proceso de toma de decisiones
- Herramientas de apoyo (cuantitativas y cualitativas)
- Decisiones programadas y no programadas
- Riesgo e incertidumbre
- Técnicas para decisiones en entornos de incertidumbre.
- Ética en la dirección empresarial.
- Caso de Estudio: Toma de decisiones gerenciales.

5. PLANEACIÓN Y CONTROL

- ¿Qué es planear?
- Niveles de planeación: estratégica, táctica, operativa
- Misión, visión y valores
- Objetivos estratégicos (SMART)
- ¿Qué es control?
- Proceso de control: Establecer estándares, medir, corregir.
- Tipos de control: preventivo, concurrente, correctivo.
- Indicadores de gestión (eficiencia, eficacia, productividad).
- Sistemas de control gerencial (Balanced scorecard, KPI's)
- Evaluación de resultados vs. objetivos estratégicos
- Auditoría administrativa y herramientas de control financiero.

6. DIRECCIÓN DE EQUIPOS Y LIDERAZGO

- Concepto de liderazgo
- Estilos de liderazgo (autocrático, democrático, laissez-faire)
- Liderazgo situacional
- Teorías motivacionales (Maslow, Herzberg, McClelland).
- Comunicación organizacional (flujos y barreras).
- Motivación y trabajo en equipo

ESTRATEGIAS DE ENSEÑANZA Y APRENDIZAJE

1. Estrategias de enseñanza

Antes de la clase

- Se generarán modelos relevantes de los diferentes géneros discursivos, como casos de estudio y diagnósticos organizacionales, utilizando Inteligencias Artificiales Generativas como Gemini, acompañados de una guía estructurada para aprender cómo leer, comprender y/o producir cada género.

Durante la clase

a. Lectura, Comprensión y Análisis

- Se realizarán sesiones de lectura guiada en las que el profesor clarificará conceptos base para la asignatura.
- Se leerán textos modelo de los géneros anteriormente mencionados, siguiendo pautas de interpretación textual de cada género específico, con el objetivo de aprehender y poder producir textos del mismo género en contextos situados.

b. Escritura y Redacción

- Como ya se mencionó, a partir del aprendizaje de modelos de los diversos géneros textuales del curso, se llevará a cabo la elaboración de los productos de la asignatura a través de un enfoque procesual, en el que el docente acompañará al estudiantado en la planeación, textualización, revisión y corrección de los textos.

c. Oralidad y Comunicación

- En todas las sesiones se formularán preguntas pertinentes y se fomentará la realización de aportes por parte del estudiantado en torno a las temáticas de cada clase.

Posterior a la clase

- A través del Aula de aprendizaje (Moodle) los estudiantes podrán:
 1. Acceder a las presentaciones vistas durante la clase y demás materiales útiles.
 2. Hacer entregas de los productos de la asignatura.

En el intermedio entre clases, los estudiantes podrán formular preguntas al profesor sobre la asignatura por medio del correo electrónico institucional: jmaradei@correo.uis.edu.co.

Se fomentará la retroalimentación continua, tanto de manera virtual como en espacios presenciales, para analizar los avances en las competencias de la asignatura, en aras de ofrecer sugerencias para la mejora de cada proceso de aprendizaje.

2. Evaluación de competencias

Dado que las competencias no pueden ser observadas directamente en toda su complejidad podrán ser inferidas a partir del desempeño mostrado por los estudiantes a través del **análisis de casos** y en la realización de un **proyecto de aplicación** a realizar durante el semestre.

Mediante estas actividades desarrolladas por los estudiantes, el docente podrá evaluar el desempeño, valorando los resultados tangibles entregados por los estudiantes como evidencia de desempeño.

SISTEMA DE EVALUACIÓN

1. Examen parcial (20%)

Temas que incluye: Introducción y Áreas Funcionales

2. Tareas (50%)

- El propósito de las tareas es permitir a los estudiantes la aplicación práctica de los conceptos y teorías vistos en clase buscando su comprensión y recordación.
- Las tareas se calificarán de la siguiente manera:
 - (5.0) Si se entregó en Moodle, el día y la hora señalados.
 - (0.0) Si no se entregó.
- La retroalimentación de las tareas se hará en el horario de clases donde el profesor solucionará la tarea con la participación de la clase y resolverá preguntas e inquietudes de los estudiantes respecto a las entregas que realizaron.

3. Proyecto de Aplicación (30%)

- Los estudiantes elaborarán en parejas un documento escrito que describa un plan de negocios de una empresa basada en una idea de negocio.
- Junto con el documento escrito los estudiantes harán una sustentación del plan.
- Tanto el documento de plan de negocios como la sustentación tendrán un peso del 50% sobre la nota del proyecto.
- El propósito del proyecto de aplicación es permitir a los estudiantes transferir el conocimiento teórico adquirido en el aula a situaciones reales. El proyecto exige que los estudiantes utilicen sus habilidades de pensamiento crítico para resolver problemas complejos de manera práctica. Además, mediante la sustentación del proyecto los estudiantes podrán desarrollar habilidades para comunicarse efectivamente en un rango de audiencias.

POLITICAS DEL CURSO

1. La asistencia a clases es obligatoria. El curso se perderá con el 20% de faltas (Art. 88 Reglamento estudiantil de pregrado). Faltar a clase por cualquier motivo es una decisión autónoma y de total responsabilidad del estudiante; en tal sentido, no aplica el solicitar permiso al profesor, dado que este no está autorizado para obviar o cambiar normas establecidas en el reglamento.
2. Las tareas y la entrega del proyecto de aplicación se recibirán **únicamente** a través de la plataforma Moodle en las fechas y horas definidas.
3. El examen parcial y la sustentación del proyecto de aplicación se consideran **pruebas de evaluación ordinarias** según el Artículo 91 del Reglamento estudiantil de pregrado¹.
4. Cuando el estudiante por enfermedad o calamidad doméstica debidamente comprobada deje de presentar una **prueba de evaluación ordinaria**, podrá presentarla posteriormente, si cumple con lo estipulado en el artículo 94 del Reglamento estudiantil de pregrado².
5. La enfermedad sólo podrá justificarse con certificado del Servicio Médico estudiantil de la Universidad y la calamidad doméstica comprobarse por el grupo de asistencia y desarrollo social de la Sección de Bienestar Universitario (Parágrafo Art. 89 Reglamento estudiantil de pregrado).

BIBLIOGRAFÍA

- GRANT, Robert M. *Contemporary Strategy Analysis*. Hoboken: Wiley, 2016.
- KOONTZ, Harold; WEHRICH, Heinz. "Administración una perspectiva global y empresarial". Décimo Tercera Edición. México: Editorial Mc Graw Hill, 2008.
- BUSUTTIL LG, VAN WEELDEN SJ. *The student guide to the case method*. London (ON): Ivey School of Business Foundation; 2018. 54 p.
- DUBRIN, Andrew J. Fundamentos de Administración, Thomson, 2000.
- GUNS, Bob. Aprendizaje organizacional. Como mantener la Competitividad. Primera edición, Prentice Hall, México 1996.
- HELLRIEGEL, Don/JACKON, Susan E./SLOCUM, John W., Administración, un enfoque basado en competencias, Thomson Learning, 2002.
- IESE Business School. *Método del caso* [Internet]. Barcelona: IESE Business School; [fecha de consulta: 16 ago 2025]. Disponible en: <https://www.iese.edu/es/metodo-del-caso/>
- MILLÁN, Andrea y RIAÑO, Laura. "¿Cómo preparar un pitch?". *LEO – Lectura, Escritura y Oralidad en español*. Disponible en: <https://leo.uniandes.edu.co/como-preparar-un-pitch/> [citado el 15 de agosto de 2025].
- PORTER, Michael E. *Competitive Advantage: Creating and Sustaining Superior Performance*. New York: Free Press, 1985.
- PRADA, Raymond. Creatividad e Innovación Empresarial, 2002.
- RIES, Eric. *The Lean Startup: How Today's Entrepreneurs Use Continuous Innovation to Create Radically Successful Businesses*. New York: Crown Business, 2011.
- ROBBINS, Stephen P. La administración en los tiempos de hoy. Prentice Hall, México, 1998.
- THOMSON, Arthur. Administración Estratégica. Mc Graw Hill. 2008.

¹ Las pruebas ordinarias comprenden los exámenes escritos, trabajos, interrogatorios y demás pruebas cuyo carácter y número deben quedar establecidos en el programa calendario de cada asignatura.

²**ARTÍCULO 94o.** Adjuntando los comprobantes que fundamente la petición, el estudiante debe presentar la solicitud de examen supletorio al Director de Escuela o Departamento en los cinco (5) días hábiles siguientes a la fecha de realización del examen ordinario. Para la carrera que cuenta con Coordinador, el trámite se presentará en primera instancia ante dicho funcionario.

El Director de la Escuela o de Departamento a la cual pertenece el estudiante elaborará dentro de los diez (10) días hábiles siguientes a la fecha de realización del examen ordinario, el listado de estudiantes autorizados para presentar examen supletorio y lo remitirá al Director de la Escuela o Departamento que ofrece la asignatura.