

	CÓDIGO: FOR-DO-020
	VERSION: 01
	FECHA: 06/09/2016
FORMATO CONTENIDO DE CURSO O SÍLABO	

1. INFORMACIÓN GENERAL DEL CURSO

Facultad	NUTRICIÓN Y DIETÉTICA			Fecha de Actualización		09/02/2015
Programa	NUTRICIÓN Y DIETÉTICA				Semestre	IV
Nombre	DESARROLLO EMPRESARIAL I				Código	40192
Prerrequisitos	NINGUNO				Créditos	2
Nivel de Formación	Técnico		Profesional	X	Maestría	
	Tecnológico		Especialización		Doctorado	
Área de Formación	Básica		Profesional o Disciplinar	X	Electiva	
Tipo de Curso	Teórico	X	Práctico		Teórico-práctico	
Modalidad	Presencial	X	Virtual		Mixta	
Horas de Acompañamiento Directo	Presencial	2	Virtual		Horas de Trabajo Independiente	

2. DESCRIPCIÓN DEL CURSO

Este curso está enfocado a despertar el espíritu de innovación y creatividad empresarial en los futuros profesionales Nutricionistas Dietistas, fomentando en ellos capacidad de liderazgo en el direccionamiento estratégico de empresas del área de su competencia, a través de la planeación, organización, dirección y control de los procesos de la organización.

3. JUSTIFICACIÓN DEL CURSO

Debido a la globalización y los cambios sociales, políticos y económicos que se han generado, se requiere de profesionales Nutricionista Dietistas con las competencias administrativas y gerenciales para la dirección y creación de empresas de su área, contribuyendo con sus conocimientos en el área de gestión empresarial y en el mejoramiento y/o mantenimiento del estado de salud de las comunidades mediante la atención en Nutrición y Alimentación.

4. PRÓPOSITO GENERAL DEL CURSO

OBJETIVO GENERAL

Formar a los estudiantes en los fundamentos básicos de la administración que le permitan desarrollar habilidades y destrezas necesarias en la gerencia integral de empresas relacionadas con la alimentación y la nutrición.

OBJETIVOS ESPECIFICOS

- Reconocer la importancia que tiene la administración en el buen funcionamiento de cualquier tipo de empresa u organización.
- Analizar y comprender los principios y teorías de la administración y su incidencia en el desarrollo de la administración a través de la historia.
- Apropiar las funciones y habilidades del administrador como herramienta imprescindible para lograr máxima eficiencia en su desempeño laboral.
- Diferenciar y analizar las etapas del proceso administrativo y su aplicación en cualquier tipo de organización u empresa para alcanzar los resultados esperados.-

 Universidad del Atlántico	CÓDIGO: FOR-DO-020
	VERSION: 01
	FECHA: 06/09/2016
FORMATO CONTENIDO DE CURSO O SÍLABO	

- Reconocer las características y estructura organizacional de las empresas, aplicando estos conocimientos para una mayor comprensión de sus procesos

5. COMPETENCIA GENERAL DEL CURSO

Aplicar los conocimientos adquiridos a través de la formación académica en la dirección o generación de empresas del área de su competencia, contribuyendo al desarrollo y crecimiento de las organizaciones o empresas de su ámbito laboral, mediante la aplicación eficaz del proceso administrativo.

 Universidad del Atlántico	CÓDIGO: FOR-DO-020
	VERSION: 01
	FECHA: 06/09/2016
FORMATO CONTENIDO DE CURSO O SÍLABO	

6. PLANEACIÓN DE LAS UNIDADES DE FORMACIÓN

UNIDAD 1.	Marco Histórico de la Administración	COMPETENCIA	El estudiante fortalecerá los conocimientos, a través del análisis y la comprensión de lo que es la administración, su evolución y desarrollo, a través de la historia, así como su contribución a la administración moderna.		
CONTENIDOS	ESTRATEGIA DIDÁCTICA	INDICADORES DE LOGROS	CRITERIOS DE EVALUACIÓN	SEMANA	
Administración – Definiciones	El aprendizaje se hará a través de la aplicación de estrategias de enseñanza acordes con el tema, tales como talleres, foros, exposiciones, estudio de casos y otros, donde el estudiante sea un participante activo de su aprendizaje y el docente un facilitador u orientador de dicho proceso	El estudiante expresa de manera clara, definiciones sobre administración.	La evaluación se realizará de manera integral a través de dos formas: Por proceso: realizando seguimientos al estudiante, valorando cómo analiza, interpreta, razona, argumenta y propone en el desarrollo de los temas y una evaluación por producto; representada en los resultados de las evaluaciones para el primer corte, estipulado en un 30%.	1	
Importancia de la Administración		Reconoce la importancia que tiene una buena administración en el éxito de la empresa		1	
Características de la Administración		Identifica las características de la administración.		2	
Antecedentes Históricos de la Administración		Comprende y explica la evolución de la administración y su incidencia en la administración moderna.		2	

UNIDAD 2.	Diseños Organizacionales	COMPETENCIA	El estudiante desarrollará la capacidad de analizar e interpretar las teorías administrativas y su aporte a la administración, a través de la aplicación de métodos científicos y otros modelos que contribuyeron a aumentar la eficiencia y eficacia organizacional de las empresas		
CONTENIDOS	ESTRATEGIA DIDÁCTICA	INDICADORES DE LOGROS	CRITERIOS DE EVALUACIÓN	SEMANA	
La Organización como Realidad Humana	El aprendizaje se hará a través de la aplicación de estrategias de enseñanza acordes con el	El estudiante reconoce la Organización como una realidad humana y no como	La evaluación se realizará de manera integral a través de	3	

FORMATO CONTENIDO DE CURSO O SÍLABO

	tema, tales como talleres, foros, mesas redondas, estudio de casos y otros, donde el estudiante sea un participante activo de su aprendizaje y el docente un facilitador u orientador de dicho proceso.	un documento	dos formas:	
Tipología de las Organizaciones		Distingue los diferentes tipos de organizaciones existentes	Por proceso: realizando seguimientos al estudiante, valorando cómo analiza, interpreta, razona, argumenta y propone en el desarrollo de los temas y una evaluación por producto; representada en los resultados de las evaluaciones. Este tema se evaluará para el segundo corte que corresponde a un 40%.	3
Modelos Organizacionales		Aprende a identificar los modelos organizacionales a través de los organigramas		4
Operaciones de una Empresa		Identifica todas las operaciones que se realizan dentro de las empresas		4
Funciones y Principios Administrativos		Identifica las funciones y principios administrativos establecidos desde la Escuela Clásica de Administración		4

UNIDAD 3.	Administración y Gerencia	COMPETENCIA	El estudiante fortalecerá sus conocimientos y habilidades sobre las características y aplicación del proceso administrativo de una organización o empresa, así como de las funciones del administrador y el gerente.		
CONTENIDOS	ESTRATEGIA DIDÁCTICA	INDICADORES DE LOGROS	CRITERIOS DE EVALUACIÓN	SEMANA	
Funciones Administrativas	El aprendizaje se hará a través de la aplicación de estrategias de enseñanza acordes con el tema, tales como talleres, foros, mesas redondas, estudio de casos y otros, donde el estudiante sea un participante activo de su aprendizaje y el docente un facilitador u orientador de	El estudiante expresa de manera clara las funciones administrativas y sus características	La evaluación se realizará de manera integral a través de dos formas:	5	
Planeación, Organización, Dirección y Control		Establece ejemplos y comparaciones relacionadas con el proceso administrativo de algunas experiencias de empresas que conoce.	Por proceso: realizando seguimientos al estudiante, valorando cómo analiza, interpreta, razona, argumenta y propone en el desarrollo de los temas y una evaluación por producto; representada en	5	
Gerencia - Concepto		Diferencia las características		6	

FORMATO CONTENIDO DE CURSO O SÍLABO

	dicho proceso.	de cada función del proceso administrativo	los resultados de las evaluaciones. Este tema se evaluará para el segundo corte que corresponde a un 40%.	
Funciones Gerenciales y Características		Reconoce las funciones del administrador y gerente, y establece las diferencias		6
Coaching		Aprende la importancia del coaching empresarial como estrategia de manejo de personal a nivel gerencial		6

UNIDAD 4.	Empresa	COMPETENCIA	El estudiante fortalecerá sus conocimientos y habilidades sobre el funcionamiento, características y estructura organizacional de una empresa, identificarla como un sistema abierto que interactúa con el ambiente externo, analiza y argumenta sobre la misión y visión.		
CONTENIDOS	ESTRATEGIA DIDÁCTICA	INDICADORES DE LOGROS	CRITERIOS DE EVALUACIÓN	SEMANA	
Concepto	El aprendizaje se hará a través de la aplicación de estrategias de enseñanza acordes con el tema, tales como talleres, foros, mesas redondas, estudio de casos y otros, donde el estudiante sea un participante activo de su aprendizaje y el docente un facilitador u orientador de dicho proceso.	El estudiante construye el concepto de empresa y su finalidad como organismo social.	La evaluación se realizará de manera integral a través de dos formas:	7	
Clasificación de las Empresas		Analiza las características de la empresa e interpreta con base en sus conocimientos y experiencias acerca de esto	Por proceso: realizando seguimientos al estudiante, valorando cómo analiza, interpreta, razona, argumenta y propone en el desarrollo de los temas y una evaluación por producto; representada en los resultados de las evaluaciones. Este tema se evaluará para el segundo corte que corresponde a un	7	
Características de las Empresas		Identifica los elementos o componentes del sistema abierto de una empresa.		7	
Las Empresas como Sistemas Abiertos		Fortalece y desarrolla sus conocimientos y habilidades		7	

FORMATO CONTENIDO DE CURSO O SÍLABO

		sobre la estructura de la misión y visión empresarial	40%.	
Elementos del Sistema				8
Estructura Organizacional				8
Misión, Visión , Objetivos Estratégicos				8
Recursos Humanos				8
RSE (Responsabilidad Social Empresarial)				8

UNIDAD 5.	Planeación Estratégica	COMPETENCIA	El estudiante desarrollará su capacidad de analizar y comprender los componentes y etapas de la planeación estratégica, realizar un plan estratégico, identificando los factores internos y externos que condicionan el desarrollo empresarial.		
CONTENIDOS	ESTRATEGIA DIDÁCTICA	INDICADORES DE LOGROS	CRITERIOS DE EVALUACIÓN	SEMANA	
Definición	El aprendizaje se hará a través de la aplicación de estrategias de enseñanza acordes con el tema, tales como talleres, foros, mesas redondas, estudio de casos y otros, donde el estudiante sea un participante activo de su aprendizaje y el docente un facilitador u orientador de dicho proceso.	El estudiante analiza y comprende la aplicación de la planeación estratégica para el desarrollo y productividad de la empresa	La evaluación se realizará de manera integral a través de dos formas: Por proceso: realizando seguimientos al estudiante, valorando cómo analiza, interpreta, razona, argumenta y propone en el desarrollo de los temas y una evaluación por producto; representada en los resultados de las evaluaciones. Este tema se evaluará para el tercer corte	9	
Componentes de la Estrategia Empresarial		Identifica los componentes de la estrategia empresarial		9	
Niveles de la Empresa		Describe los tipos de estrategias empresariales y valora su utilidad en el ámbito empresarial.		9	
Tipos de Estrategias Empresariales		Identifica y explica las etapas de la planeación estratégica.		10	

FORMATO CONTENIDO DE CURSO O SÍLABO

Evolución de la Estrategia Empresarial			que corresponde a un 30%.	10
Etapas de la Planeación Estratégica				10
Análisis Organizacional y Formulación de Alternativas Estratégicas				10

UNIDAD 6.	Marketing - Mercadeo	COMPETENCIA	El estudiante desarrollará los conocimientos sobre marketing, los elementos que lo conforman y las técnicas básicas para realizar un plan de marketing.		
CONTENIDOS	ESTRATEGIA DIDÁCTICA	INDICADORES DE LOGROS	CRITERIOS DE EVALUACIÓN	SEMANA	
Concepto	El aprendizaje se llevará a cabo, a través de la aplicación de estrategias de enseñanza acordes con el tema, tales como talleres, foros, mesas redondas, estudio de casos y otros, donde el estudiante sea un participante activo de su aprendizaje y el docente un facilitador u orientador de dicho proceso.	El estudiante expresa claramente el concepto de marketing	La evaluación se realizará de manera integral a través de dos formas:	11	
Factores que Determinan el Marketing		Identifica los segmentos de mercado	Pro proceso: realizando seguimientos al estudiante, valorando cómo analiza, interpreta, razona, argumenta y propone en el desarrollo de los temas.	11	
Plan de Mercadeo		Describe y comprende los factores que determinan el marketing	Y una evaluación por producto; representada en los resultados de las evaluaciones. Este tema se evaluará para el tercer corte que corresponde a un 30%. Adicionalmente se realizará una muestra empresarial ajustada al plan de mercadeo	12	
		Plantea y desarrolla un plan de marketing.			

	CÓDIGO: FOR-DO-020
	VERSION: 01
	FECHA: 06/09/2016
FORMATO CONTENIDO DE CURSO O SÍLABO	

7. BIBLIOGRAFÍA BÁSICA DEL CURSO

- CLAUDE S., George. Historia del pensamiento administrativo. Editorial Prentice Hall, México, 1992.
- GALINDO, Much y GARCIA MARTINEZ. Fundamentos de administración, (5ta edición.), Editorial Trillas S.A., México.
- HERNANDEZ, Sergio y RODRIGUEZ. Administración, pensamiento, proceso, estrategia y vanguardia. Editorial Mc Graw Hill. 2005.
- REYES PONCE, Agustín. Administración de empresas. Editorial Limisa. México D.F., 1992.
- CHIAVENATTO, Idalberto. Introducción a la teoría general de la administración, 4ta edición. Editorial Mc Graw Hill. México, 1997.
- RODRIGUEZ VALENCIA, Joaquín. Introducción a la administración con enfoque de sistemas. Editorial Ecasa. México. 1998.
- MIGUEL PERIS, Salvador. MOLLÁ DESCALS, Alejandro. Introducción al marketing. Mc Graw Hill, España. 1999.
- DRUCKER, Peter. Los desafíos de la gerencia para el siglo XXI, 1994.

8. BIBLIOGRAFÍA COMPLEMENTARIA DEL CURSO

- Revista Dinero
- Revista Alta Dirección. ISSN: 0002-6549
- Universidad de Deusto. Facultad de Ciencias Económicas y Empresariales. Revista Estudios Empresariales. ISSN: 0425-3698
- <http://www.monografias.com/marketing>