

FORMATO CONTENIDO DE CURSO O SÍLABO
1. INFORMACIÓN GENERAL DEL CURSO

Facultad	NUTRICIÓN Y DIETÉTICA			Fecha de Actualización	2019
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.-

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.

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		
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.		
Funciones y Principios Administrativos		Identifica las funciones y principios administrativos establecidos desde la Escuela Clásica de Administración		

FORMATO CONTENIDO DE CURSO O SÍLABO

UNIDAD 2. Diseños Organizacionales		COMPETENCIA			
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 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 reconoce la Organización como una realidad humana y no como un documento	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 primer corte que corresponde a un 30%.	3	
Tipología de las Organizaciones		Distingue los diferentes tipos de organizaciones existentes			
Modelos Organizacionales		Aprende a identificar los modelos organizacionales a través de los organigramas			
Operaciones de una Empresa		Identifica todas las operaciones que se realizan dentro de las empresas			
UNIDAD 3. Empresa		COMPETENCIA			
CONTENIDOS	ESTRATEGIA DIDÁCTICA	INDICADORES DE LOGROS	CRITERIOS DE EVALUACIÓN	SEMANA	
Concepto	El aprendizaje se hará a través	El estudiante construye el	La evaluación se realizará de	4	

FORMATO CONTENIDO DE CURSO O SÍLABO

	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.	concepto de empresa y su finalidad como organismo social.	manera integral a través de dos formas:	5 y 6
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 primer corte que corresponde a un 30%.	
Características de las Empresas		Identifica los elementos o componentes del sistema abierto de una empresa.		
Las Empresas como Sistemas Abiertos				
Elementos del Sistema				
Estructura Organizacional				
Misión, Visión , Objetivos Estratégicos		Fortalece y desarrolla sus conocimientos y habilidades sobre la estructura de la misión y visión empresarial		
Recursos Humanos				
RSE (Responsabilidad Social Empresarial)				

UNIDAD 4.	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,	El estudiante expresa de manera clara las funciones administrativas y sus características	La evaluación se realizará de manera integral a través de dos formas:	7
Planeación, Organización, Dirección y Control		Establece ejemplos y comparaciones relacionadas	Por proceso: realizando seguimientos al estudiante, valorando cómo analiza,	

FORMATO CONTENIDO DE CURSO O SÍLABO

	donde el estudiante sea un participante activo de su aprendizaje y el docente un facilitador u orientador de dicho proceso.	con el proceso administrativo de algunas experiencias de empresas que conoce.	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%.	8
Gerencia - Concepto		Diferencia las características de cada función del proceso administrativo		
Funciones Gerenciales y Características		Reconoce las funciones del administrador y gerente, y establece las diferencias		
Coaching		Aprende la importancia del coaching empresarial como estrategia de manejo de personal a nivel gerencial		

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	9
Componentes de la Estrategia Empresarial		Identifica los componentes de la estrategia empresarial		
Niveles de la Empresa		Describe los tipos de estrategias empresariales y valora su utilidad en el ámbito empresarial.		10

FORMATO CONTENIDO DE CURSO O SÍLABO

Tipos de Estrategias Empresariales		Identifica y explica las etapas de la planeación estratégica.	evaluará para el segundo corte que corresponde a un 40%.	11
Evolución de la Estrategia Empresarial				
Etapas de la Planeación Estratégica				
Análisis Organizacional y Formulación de Alternativas Estratégicas				

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: Pro proceso: realizando seguimientos al estudiante, valorando cómo analiza, interpreta, razona, argumenta y propone en el desarrollo de los temas.	12 y 13
Factores que Determinan el Marketing		Identifica los segmentos de mercado		
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	14,15 y 16
		Plantea y desarrolla un plan de marketing.		

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, 7 ma 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>