

**FORMATO CONTENIDO DE CURSO O SÍLABO**

**1. INFORMACIÓN GENERAL DEL CURSO**

<b>Facultad</b>	NUTRICIÓN Y DIETÉTICA			<b>Fecha de Actualización</b>	2019
<b>Programa</b>	NUTRICIÓN Y DIETÉTICA			<b>Semestre</b>	IV
<b>Nombre</b>	DESARROLLO EMPRESARIAL I			<b>Código</b>	40192
<b>Prerrequisitos</b>	NINGUNO			<b>Créditos</b>	2
<b>Nivel de Formación</b>	Técnico		Profesional	X	Maestría
	Tecnológico		Especialización		Doctorado
<b>Área de Formación</b>	Básica		Profesional o Disciplinar	X	Electiva
<b>Tipo de Curso</b>	Teórico	X	Práctico		Teórico-práctico
<b>Modalidad</b>	Presencial	X	Virtual		Mixta
<b>Horas de Acompañamiento Directo</b>	Presencial	2	Virtual		<b>Horas de Trabajo Independiente</b>

**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**

<b>UNIDAD 2. Diseños Organizacionales</b>		<b>COMPETENCIA</b>			
<b>CONTENIDOS</b>	<b>ESTRATEGIA DIDÁCTICA</b>	<b>INDICADORES DE LOGROS</b>	<b>CRITERIOS DE EVALUACIÓN</b>	<b>SEMANA</b>	
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			
<b>UNIDAD 3. Empresa</b>		<b>COMPETENCIA</b>			
<b>CONTENIDOS</b>	<b>ESTRATEGIA DIDÁCTICA</b>	<b>INDICADORES DE LOGROS</b>	<b>CRITERIOS DE EVALUACIÓN</b>	<b>SEMANA</b>	
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)				

<b>UNIDAD 4.</b>	<b>Administración y Gerencia</b>	<b>COMPETENCIA</b>	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.	
<b>CONTENIDOS</b>	<b>ESTRATEGIA DIDÁCTICA</b>	<b>INDICADORES DE LOGROS</b>	<b>CRITERIOS DE EVALUACIÓN</b>	<b>SEMANA</b>
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		

<b>UNIDAD 5.</b>	<b>Planeación Estratégica</b>	<b>COMPETENCIA</b>	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.	
<b>CONTENIDOS</b>	<b>ESTRATEGIA DIDÁCTICA</b>	<b>INDICADORES DE LOGROS</b>	<b>CRITERIOS DE EVALUACIÓN</b>	<b>SEMANA</b>
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>