1. **INFORMACIÓN GENERAL DEL CURSO**

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
| **Facultad** | NUTRICIÓN Y DIETÉTICA | **Fecha de Actualización** | 06/09/2018 |
| **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** |  |

1. **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. |

1. **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. |

1. **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.-
* Reconocer las características y estructura organizacional de las empresas, aplicando estos conocimientos para una mayor comprensión de sus procesos
 |

1. **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. |

**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 compresión 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 |

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
| **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 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** | 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: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%. | 4 |
| Clasificación de las Empresas | Analiza las características de la empresa e interpreta con base en sus conocimientos y experiencias acerca de esto |
| Características de las Empresas | Identifica los elementos o componentes del sistema abierto de una empresa. | 5 y 6 |
| 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, 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 las funciones administrativas y sus características | 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 segundo corte que corresponde a un 40%. | 7 |
| Planeación, Organización, Dirección y Control | Establece ejemplos y comparaciones relacionadas con el proceso administrativo de algunas experiencias de empresas que conoce. |
| Gerencia - Concepto | Diferencia las características de cada función del proceso administrativo | 8 |
| 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 evaluará para el segundo corte que corresponde a un 40%. | 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 |
| Tipos de Estrategias Empresariales | Identifica y explica las etapas de la planeación estratégica. | 11 |
| Evolución de la Estrategia Empresarial |  |
| Etapas de la Planeación Estratégica |  |
| Análisis Organizacional y Formulación de Alternativas Estratégicas |  |

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
| **UNIDAD 6.** | **Marketting - 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. 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 y 13 |
| Factores que Determinan el Marketting | Identifica los segmentos de mercado |
| Plan de Mercadeo | Describe y comprende los factores que determinan el marketing | 14,15 y 16 |
|  | Plantea y desarrolla un plan de marketing. |  |

1. **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. |

1. **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 |