



**UNIVERSIDAD DEL CAUCA**  
**FACULTAD DE INGENIERIA ELECTRÓNICA Y TELECOMUNICACIONES**  
**PROGRAMA DE INGENIERIA DE SISTEMAS**

<b>ASIGNATURA:</b>	<b>GESTION EMPRESARIAL</b>
<b>CODIGO:</b>	PIS111 / 344
<b>MODALIDAD:</b>	PRESENCIAL TEORICO
<b>INTENSIDAD:</b>	4 HORAS TEORICAS / SEMANA.
<b>PREREQUISITOS:</b>	NINGUNO
<b>CLASIFICACION:</b>	AREA FORMACIÓN COMPLEMENTARIA
<b>CREDITOS:</b>	3

### **PRESENTACIÓN**

La Gestión empresarial puede entenderse como el conjunto de acciones encaminadas al cumplimiento de los objetivos de una empresa. En este sentido, puede afirmarse que la gestión adquiere un carácter práctico, pero es una praxis que se apoya en un conjunto de conocimientos sobre la dinámica de las organizaciones y su administración, que permite dimensionar y orientar las acciones.

En este orden de ideas, el I curso de Gestión empresarial pretende brindar al estudiante los elementos teóricos y prácticos que le permitan obtener una mirada general del mundo de las organizaciones, en especial de la empresa.

El plan temático esta dividido en dos grandes apartados: el primero aborda los elementos de fundamentación en administración, en especial lo referente al proceso administrativo y el segundo despliega las funciones principales de toda empresa, en las que se verifica el proceso administrativo como práctica.

### **JUSTIFICACIÓN**

En la perspectiva de Drucker, la sociedad contemporánea puede caracterizarse como una sociedad de organizaciones, que entendidas como entidades intencionalmente diseñadas, responden a las necesidades del ser humano. En este orden de ideas es posible postular como corolario el que todo hombre se relaciona con las organizaciones, bien sea porque trabaja en ellas o bien porque se beneficia de sus resultados, hecho que se verifica más ampliamente cuando se alude a un profesional cualquiera sea su disciplina.

Por otra parte la formación universitaria es por definición, integral; lo cual significa que debe abarcar los elementos teóricos y prácticos que permitan al futuro profesional entender las dinámicas sociales y aportar desde su disciplina a la solución de sus problemáticas. Un elemento importante es la comprensión del fenómeno organizacional en virtud de lo mencionado en el primer párrafo.

Precisamente la Administración, proporciona al estudiante las herramientas conceptuales y los métodos para acercarse a la realidad organizacional, para entender su estructura y funcionamiento y para obtener una visión que le permita insertarse positivamente en la esfera productiva o empresarial.

### **OBJETIVOS**

#### **Objetivo General.**

Introducir a los estudiantes en la comprensión de los elementos teóricos y prácticos de la gestión administrativa de las empresas.

### Objetivos Específicos.

- a. Comprender el contexto en el que se desarrolla la actividad de las empresas.
- b. Conocer las etapas del proceso administrativo y algunas prácticas asociadas a ellos.
- c. Conocer las principales funciones que se desarrollan en la vida de las empresas.

### CONTENIDO

#### SECCIÓN 1: ENCUADRE PEDAGÓGICO

Objetivos: Explicar a los estudiantes el contenido de la asignatura, su importancia y metodología. Establecer cuales son los conocimientos previos de los estudiantes sobre los temas de la asignatura.

Metodología: Exposición magistral, taller en clase.

Lecturas o material de apoyo: formatos de encuesta inicial.

Competencia que desarrolla: conceptual/contextual

Duración: Exposición magistral 1 hora, taller 1 hora.

#### SECCIÓN 2: NOCIONES ELEMENTALES: EL SISTEMA ECONÓMICO

Objetivo: Introducir el concepto de sistema económico para contextualizar a las organización, en especial a la empresa.

Metodología: taller de conceptualización, Exposición magistral

Lecturas o material de Apoyo: mapa conceptual sobre el "Sistema económico" elaborado por el docente.

Competencia que desarrolla: conceptual

Duración: taller 1 hora, exposición magistral 1 hora.

#### SECCIÓN 3: NOCIONES ELEMENTALES: ORGANIZACIÓN, EMPRESA Y ENTORNO.

Objetivo: Introducir los conceptos de organización, empresa y entorno

Metodología: Exposición magistral, desarrollo de mapas conceptuales.

Lecturas o material de Apoyo: la tecnología, factor clave en el nuevo entorno. Harold Koontz y Heinz Weihrich. Administración una perspectiva global. McGraw Hill, 11 ed. México 1998. Pp. 54

Competencia que desarrolla: conceptual.

Duración: Exposición magistral 1 hora, desarrollo de mapas 1 hora.

#### SECCIÓN 4: EL CONCEPTO DE ADMINISTRACIÓN.

Objetivo: precisar el concepto de administración, su desarrollo histórico y su campo de aplicación.

Metodología: exposición magistral

Lecturas o material de Apoyo: Diapositivas. ¿Por qué estudiar administración?. Stephens Robins y Mary Coulter. Administración. Prentice Hall, 5 ed. México 1996. Pp. 22.

Competencia que desarrolla: conceptual

Duración: exposición magistral 2 horas.

#### SECCIÓN 5: INTRODUCCIÓN AL PROCESO ADMINISTRATIVO.

Objetivo: definir que es el proceso administrativo, sus etapas y su importancia

Metodología: taller, exposición magistral.

Lecturas o material de Apoyo: mapa conceptual preparado por el docente.

Competencia que desarrolla: conceptual

Duración: taller ½ hora, exposición magistral 1y ½ horas.

#### SECCIÓN 6: LA PLANEACIÓN: CONCEPTO, TIPOLOGÍA E IMPORTANCIA

Objetivo: Precisar el concepto de planeación, definir los tipos de planeación y establecer su importancia en el proceso administrativo.

Metodología: Taller, exposición magistral

Lecturas o material de Apoyo: Planificación tras bambalinas para el primer alunizaje. Stephens Robins y Mary Coulter. Administración. Prentice Hall, 5 ed. Mexico 1996. Pp. 252. Herramientas y técnicas de planeación. John Schermerhorn. Administración. Limusa Wiley. Pp 147-150.

Competencia que desarrolla: conceptual

Duración: Taller 1 hora, exposición magistral 1 hora.

### **SECCIÓN 7: LA PLANEACIÓN: EL PLAN ESTRATÉGICO I**

Objetivo: definir la planeación estratégica y exponer sus etapas y herramientas.

Metodología: exposición magistral.

Lecturas o material de Apoyo: diapositivas. Planeación estratégica. Harold Koontz y Heinz Weirich. Administración. Una perspectiva global. McGraw Hill. 11 ed. México 1999. Pp 164-171

Competencia que desarrolla: conceptual

Duración: 2 horas.

### **SECCIÓN 8: LA PLANEACIÓN: EL PLAN ESTRATEGICO II**

Objetivo: Realizar una practica con los conceptos de la sección anterior.

Metodología: taller en grupo

Lecturas o material de Apoyo: Guía del taller preparada por el docente.

Competencia que desarrolla: conceptual/operativa

Duración: 2 horas.

### **SECCIÓN 9: ORGANIZACIÓN. CONCEPTO E IMPORTANCIA**

Objetivo: precisar el concepto de organización y su importancia en el proceso administrativo.

Metodología: estudio de caso, exposición magistral

Lecturas o material de Apoyo: texto del caso a estudiar. Resumen de principios básicos de organización.

Competencia que desarrolla: conceptual

Duración: estudio de caso 1 hora, exposición magistral 1 hora.

### **SECCIÓN 10: ORGANIZACIÓN: LA ESTRUCTURA ORGANIZACIONAL**

Objetivo: Explicar el concepto de estructura organizacional y conocer los modelos de estructura más utilizados en la actualidad.

Metodología: Exposición magistral, taller en grupos.

Lecturas o material de Apoyo: organización matricial. Harold Koontz y Heinz Weirich. Administración. Una perspectiva global. McGraw Hill. 11 ed. México 1999. Pp 281-284

Competencia que desarrolla: conceptual

Duración: exposición magistral 1 hora, taller 1 hora.

### **SECCIÓN 11: DIRECCIÓN: CONCEPTOS BÁSICOS DE DIRECCIÓN**

Objetivo: introducir el concepto de dirección y su importancia en el proceso administrativo

Metodología: Taller en clase, exposición a cargo de los estudiantes.

Lecturas o material de Apoyo: resumen de principios básicos para la dirección. Harold Koontz y Heinz Weirich. Administración. Una perspectiva global. McGraw Hill. 11 ed. México 1999. Pp 616-617

Competencia que desarrolla: conceptual.

Duración: taller ½ hora, exposición 1 y ½ horas.

### **SECCIÓN 12: DIRECCIÓN: EL LIDERAZGO Y LA MOTIVACIÓN.**

Objetivo: comprender e identificar los tipos de liderazgo y la importancia de la motivación.

Metodología: aplicación de test de liderazgo, exposición magistral.

Lecturas o material de Apoyo: test de liderazgo. Naturaleza del liderazgo. John Schermerhorn. Administración. Limusa Wiley. Pp 262-265. Teorías del proceso de la motivación. John Schermerhorn. Administración. Limusa Wiley. Pp 293-295.

Competencia que desarrolla: conceptual

Duración: aplicación de test y lectura de resultados 1 hora, exposición magistral 1 hora.

### **SECCIÓN 13: DIRECCIÓN: EL TRABAJO EN EQUIPO**

Objetivo: establecer la importancia del trabajo en equipo en la actualidad.

Metodología: taller en clase. Exposición magistral.

Lecturas o material de Apoyo: tendencia actual en el uso de equipos. John Schermerhorn. Administración. Limusa Wiley. Pp 354-358.

Competencia que desarrolla: conceptual

Duración: taller ½ hora, exposición magistral 1 y ½ horas.

**SECCIÓN 14: CONTROL: CONCEPTOS BÁSICOS.**

Objetivo: comprender el concepto de control y su importancia en el proceso administrativo.

Metodología: exposición magistral, estudio de caso

Lecturas o material de Apoyo: texto del caso.

Competencia que desarrolla: conceptual

Duración: Exposición magistral ½ hora, estudio de caso 1 y ½ horas.

**SECCIÓN 15: CONTROL: LOS INDICADORES COMO ELEMENTOS DE CONTROL**

Objetivo: introducir el concepto de indicador y aprender a elaborar indicadores básicos.

Metodología: exposición magistral, taller en clase.

Lecturas o material de Apoyo: los nuevos sistemas de gestión en entorno flexible y cambiante y sus indicadores. Luis Cuatrecasas. Gestión económica y financiera de la empresa. Ediciones UPC-Alfaomega. México 1999. Pp 349-365.

Competencia que desarrolla: conceptual/operativa.

Duración: exposición magistral 1 hora, taller 1 hora.

**SECCIÓN 15: LAS ÁREAS DE LA EMPRESA Y SUS FUNCIONES I**

Objetivo: conocer las funciones de las principales áreas de una empresa.

Metodología: investigación de campo por los estudiantes con exposición de resultados.

Lecturas o material de Apoyo: Guía de investigación elaborada por el docente.

Competencia que desarrolla: conceptual.

Duración: Exposición estudiantes 2 horas

**SECCIÓN 16: LAS ÁREAS DE LA EMPRESA Y SUS FUNCIONES II**

Objetivo: conocer las funciones de las principales áreas de una empresa

Metodología: exposición magistral.

Lecturas o material de Apoyo: diapositivas

Competencia que desarrolla: conceptual

Duración: exposición magistral 2 horas.

**SECCIÓN 17: EL MERCADEO: CONCEPTOS BÁSICOS**

Objetivo: conocer los conceptos básicos del mercadeo

Metodología: exposición magistral por parte de profesor invitado.

Lecturas o material de Apoyo: ¿Qué es marketing?. Marketing. Michael R Solomon y Elnora Stuart. Prentice Hall. 2 ed. Bogotá 2001. Pp 3-6.

Competencia que desarrolla: conceptual

Duración: exposición magistral 2 horas.

**SECCIÓN 18: EL MERCADEO: EL ENTORNO DEL MERCADEO**

Objetivo: conocer la importancia del entorno en la función de mercadeo

Metodología: exposición magistral, taller en clase

Lecturas o material de Apoyo: Como evaluar el ambiente de Marketing. Marketing. Michael R Solomon y Elnora Stuart. Prentice Hall. 2 ed. Bogotá 2001. Pp 41-42..

Competencia que desarrolla: conceptual/operativa

Duración: exposición magistral 1 hora, taller 1 hora.

**SECCIÓN 19: EL MERCADEO: LA INVESTIGACIÓN DE MERCADOS I**

Objetivo: conocer los conceptos básicos de la investigación de mercados

Metodología: exposición magistral.

Lecturas o material de Apoyo: Investigación de mercados. Como iniciar su propio negocio. Jorge Enrique Silva Duarte. EAN. Bogotá 2002. Pp 187-198

Competencia que desarrolla: conceptual

Duración: exposición magistral 2 horas.

**SECCIÓN 20: EL MERCADEO: LA INVESTIGACIÓN DE MERCADOS II**

Objetivo: conocer las técnicas de investigación de mercados

Metodología: exposición magistral, estudio de caso  
Lecturas o material de Apoyo: diapositivas, texto del caso elaborado por el docente.  
Competencia que desarrolla: conceptual  
Duración: exposición magistral 1 hora, resolución del caso 1 hora.

### **SECCIÓN 21: EL MERCADEO: LA INVESTIGACIÓN DE MERCADOS III**

Objetivo: Aprender los elementos básicos para el diseño de una investigación de mercados y la interpretación de sus resultados.

Metodología: exposición magistral, taller en clase con desarrollo posterior en campo.  
Lecturas o material de Apoyo: Guía de investigación suministrada por el docente  
Competencia que desarrolla: conceptual/operativa  
Duración: exposición magistral ½ hora, taller 1 y ½ hora.

### **SECCIÓN 22: EL MERCADEO: EL PLAN DE MERCADEO I**

Objetivo: establecer los conceptos básicos que permiten elaborar un plan de mercadeo

Metodología: exposición magistral.

Lecturas o material de Apoyo: Un ejemplo de plan de marketing. Marketing. Michael R. Solomon y Elnora Stuart. Prentice Hall. 2 ed. Bogotá 2001. Pp 535-543

Competencia que desarrolla: conceptual  
Duración: exposición magistral 2 horas.

### **SECCIÓN 23: EL MERCADEO: EL PLAN DE MERCADEO II**

Objetivo: conocer los conceptos y estrategias de producto y precio

Metodología: exposición magistral, taller

Lecturas o material de Apoyo: El marketing a lo largo del ciclo de vida del producto/Estrategias de asignación de precios. Marketing. Michael R. Solomon y Elnora Stuart. Prentice Hall. 2 ed. Bogotá 2001. Pp 271-273 y 358-364.

Competencia que desarrolla: conceptual/operativa  
Duración: exposición magistral 1 hora, taller 1 hora.

### **SECCIÓN 24: EL MERCADEO: EL PLAN DE MERCADEO III**

Objetivo: conocer los conceptos y estrategias de distribución y comunicaciones.

Metodología: exposición magistral, taller

Lecturas o material de Apoyo: El desarrollo de la mezcla promocional. Marketing. Michael R. Solomon y Elnora Stuart. Prentice Hall. 2 ed. Bogotá 2001. Pp 458-463.

Competencia que desarrolla: conceptual  
Duración: exposición magistral 1 hora, taller 1 hora

### **SECCIÓN 25: LA ADMINISTRACIÓN DE PERSONAL: CONCEPTOS E IMPORTANCIA**

Objetivo: explicar los conceptos principales de la administración de personal

Metodología: exposición magistral por parte de profesor invitado.

Lecturas o material de Apoyo: Las funciones de la administración de personal. Administración de personal. Luis Jairo Galeano y Javier Anzola Rojas. UNAD. Bogotá 2003. Pp 41-46.

Competencia que desarrolla: conceptual  
Duración: exposición magistral 2 horas.

### **SECCIÓN 26: LA ADMINISTRACIÓN FINANCIERA: CONCEPTOS Y HERRAMIENTAS.**

Objetivo: conocer algunas herramientas de administración financiera (presupuestos, estados financieros), especialmente su interpretación.

Metodología: exposición magistral, taller en clase.

Lecturas o material de Apoyo: Cuestión de números. Plan de Negocios. La estrategia inteligente. Richard Stutely. Pearson Educación. 1 ed. México 2000. Pp 122-139.

Competencia que desarrolla: conceptual  
Duración: exposición magistral 1 hora, taller 1 hora.

### **SECCIÓN 27: ADMINISTRACIÓN DE LA PRODUCCIÓN: CONCEPTOS Y HERRAMIENTAS I**

Objetivo: conocer los elementos conceptuales y las herramientas para la planeación y control de las operaciones.

Metodología: exposición magistral, taller.

Lecturas o material de Apoyo: Administración de operaciones: productividad y desempeño de calidad. El MBA portátil. Linda G. Sprague. Limusa Noriega editores. México 1994. Pp 287-311

Competencia que desarrolla: conceptual/operativa

Duración: exposición magistral 1 hora, taller 1 hora.

### **SECCIÓN 28: ADMINISTRACIÓN DE LA PRODUCCIÓN: CONCEPTOS Y HERRAMIENTAS II**

Objetivo: conocer los elementos conceptuales y las herramientas para la planeación y control de las operaciones.

Metodología: exposición magistral, taller

Lecturas o material de Apoyo: diapositivas

Competencia que desarrolla: conceptual/operativa

Duración: exposición magistral 1 hora, taller 1 hora.

### **SECCIÓN 29: EL PLAN DE NEGOCIOS I**

Objetivo: conocer los elementos que componen un plan de negocios

Metodología: exposición magistral.

Lecturas o material de Apoyo: Plan estratégico para desarrollar un proyecto. Proyectos innovadores a desarrollar en Colombia. Edgar van den Berghe. Universidad Nacional de Colombia. 1 ed. Bogotá 1999. Pp 95-110

Competencia que desarrolla: conceptual

Duración: exposición magistral 2 horas.

### **Sección 30: El plan de negocios II**

Objetivo: conocer los pasos para ejecutar un plan de negocios

Metodología: exposición magistral, estudio de caso.

Lecturas o material de Apoyo: La columna vertebral de su plan de negocios. Plan de Negocios. La estrategia inteligente. Richard Stutely. Pearson Educación. 1 ed. México 2000. Pp 95-120.

Competencia que desarrolla: conceptual

Duración: exposición magistral 1 hora, resolución del caso 1 hora.

## **EVALUACIONES**

Se realizarán tres (3) evaluaciones de la siguiente forma:

NUMERO	%	COMPONENTES
Primer Parcial	35%	Examen escrito 25%
		Trabajos y talleres 10%
Segundo Parcial	35%	Examen escrito 25%
		Trabajos y talleres 10%
Tercer Parcial	30%	Examen escrito 20%
		Trabajo Final 10%

## **BIBLIOGRAFÍA**

- GALEANO, Luis Jairo y Javier Anzola Rojas. Administración de personal. UNAD. Bogotá 2003.
- KOONTZ, Harold y Heinz Weihrich. Administración: una perspectiva global. McGraw Hill. 11ed. México 1999.
- ROBBINS, Stephen y Mary Coulter. Administración. Prentice Hall. 5 ed. México 1996.
- ROBBINS, Stephen. La Administración en el mundo de hoy. Prentice Hall. México 1998.
- SCHERMERHORN, John. Administración. Limusa Wiley. 1 ed. México 2002.
- SOLOMON, Richard y Elnora Stuart. Marketing. Prentice Hall. 2 ed. Bogotá 2001.
- STUTELY, Richard. Plan de Negocios. La estrategia inteligente. Pearson Educación. 1 ed. México 2000.
- VAN DEN BERGHE, Edgar. Proyectos innovadores a desarrollar en Colombia. Universidad Nacional de Colombia. 1 ed. Bogotá 1999.