

PROGRAMA			
<b>I.- DATOS GENERALES</b>			
<b>Nombre del curso:</b>	Electiva: La Dinámica Gerencial en el Mundo Empresarial		
<b>Código del curso:</b>	80403	<b>Clasificación Asignatura:</b>	TA-8: Práctica. Curso - Taller
<b>Número de Unidades Crédito:</b>	4	<b>Horas de acompañamiento docente (Teoría):</b>	1
<b>Coordinación Académica:</b>	Relaciones Industriales (CORI) y Sociología (COSO)	<b>Horas de acompañamiento docente (Práctica):</b>	2
<b>Escuela:</b>	Escuela de Ciencias Sociales (CISO)	<b>Horas de acompañamiento docente (Laboratorio):</b>	N/A
<b>Facultad</b>	Ciencias Económicas y Sociales	<b>Horas de Preparaduría:</b>	N/A
<b>Tipo de Evaluación:</b>	Continua sin reparación	<b>Horas de trabajo independiente recomendado al estudiante:</b>	4
<b>Modalidad :</b>	Presencial / Virtual	<b>Pre-requisitos:</b>	N/A
<b>Tipo de Asignatura:</b>	Electiva	<b>Régimen de Estudios:</b>	Semestral
<b>Ubicación de la asignatura:</b>	7° u 8° semestre	<b>Fecha de Aprobación Consejo de Facultad:</b>	15/03/2019

## II.- JUSTIFICACIÓN

Familiarizar al estudiante próximo a graduarse en Relaciones Industriales con los aspectos más importantes de las distintas áreas gerenciales existentes en las empresas u organizaciones. Actualizar al estudiante próximo a graduarse en Relaciones Industriales, en aspectos claves y relevantes de las diferentes áreas vinculadas a la Gestión de los Negocios. Dar una visión global y una actualización al estudiante con el fin de introducirlo e involucrarlo con los nuevos paradigmas y pensadores de la gerencia del siglo XXI.

## III.- CONTRIBUCIÓN DE LA ASIGNATURA AL DESARROLLO DE LAS COMPETENCIAS

### Competencias Generales:

CG1: Aprender a aprender con calidad: Utiliza estrategias de forma autónoma para incorporar e incrementar conocimientos, habilidades y destrezas en el contexto de los avances científicos y culturales requeridos para un ejercicio profesional globalmente competitivo.

Unidad de Competencia	Criterios de desempeño
Aplica los conocimientos en la práctica	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Selecciona la información que resulta relevante para resolver una situación.</li> <li>2. Elabora una síntesis para sí mismo o para comunicarla a otras personas.</li> <li>3. Establece y evalúa la eficacia y la eficiencia de los cursos de acción a seguir de acuerdo con la información disponible.</li> <li>4. Implementa el proceso a seguir para alcanzar los objetivos mediante acciones, recursos y tiempo disponible.</li> <li>5. Evalúa los resultados obtenidos.</li> </ol>
Trabaja con altos estándares de calidad	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Busca activamente oportunidades para mejorar su actuación personal y académica.</li> <li>2. Toma la iniciativa en procesos de mejora continua en el grupo.</li> <li>3. Actúa efectiva, eficiente y eficazmente: cuida los detalles, planifica acciones y comprueba lo que hace y cómo lo hace.</li> <li>4. Actúa conforme a las normas y exigencias que denotan la calidad de su actuación.</li> <li>5. Actúa de acuerdo con la deontología profesional de su carrera.</li> </ol>
Trabaja en forma autónoma	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Distingue los recursos y limitaciones propias y del entorno para la óptima realización de actividades personales y académicas.</li> <li>2. Autogestiona tareas a corto, mediano y largo plazo.</li> <li>3. Autoevalúa su desempeño y realiza ajustes necesarios para el logro de metas.</li> <li>4. Toma iniciativas para mejorar su actividad académica.</li> <li>5. Trabaja de forma independiente para cumplir sus metas con calidad.</li> </ol>

### Competencias Comunes:

CC4: Conoce la Gestión del Talento Humano: Conoce las áreas y procesos de la gestión del talento humano en las organizaciones, obteniendo a su vez comprensión de los distintos enfoques y modelos implementados.

Unidad de Competencia	Criterios de desempeño
Conoce la gestión del talento humano en el marco de la gestión	1. Identifica procesos de la gestión organizacional sobre los

organizacional	<p>cuales tiene impacto la gestión del talento humano.</p> <p>2. Analiza aspectos de la gestión del talento humano que pudieran tener impacto sobre procesos de la gestión organizacional.</p> <p>3. Relaciona los objetivos de la organización y sus políticas de responsabilidad social con los objetivos de la gestión del talento humano.</p>
Conoce la composición y vinculación de las áreas y procesos de gestión del talento humano	<p>1. Conoce las áreas y procesos de gestión del talento humano.</p> <p>2. Conoce enfoques y modelos implementados para la gestión del talento humano.</p> <p>3. Analiza el contenido y la organización de las áreas, procesos, enfoques y modelos de gestión del talento humano.</p> <p>4. Desarrolla indicadores de gestión de recursos humanos basados en los sistemas de gestión de la calidad.</p> <p>5. Construye una visión integrada de la gestión del talento humano en cuanto a las áreas y procesos de las organizaciones.</p>
<p>CC5: Gestiona cambios organizacionales: Analiza el conjunto de factores relacionados con la dinámica de las organizaciones para promover procesos de transformación orientados a la mejora del desempeño organizacional, desarrollando acciones para facilitar las relaciones entre los actores del proceso.</p>	
<b>Unidad de Competencia</b>	<b>Criterios de desempeño</b>
Conoce la gestión del talento humano en el marco de la gestión organizacional.	<p>1. Identifica procesos de la gestión organizacional sobre los cuales tiene impacto la gestión del talento humano.</p> <p>2. Analiza aspectos de la gestión del talento humano que pudieran tener impacto sobre procesos de la gestión organizacional.</p> <p>3. Relaciona los objetivos de la organización y sus políticas de responsabilidad social con los objetivos de la gestión del talento humano.</p>

IV.- UNIDADES TEMÁTICAS	
UNIDAD I Introducción.	<p>Tema I: Dinámica Gerencial.</p> <p>Tema II: Visión Global de la Empresa.</p> <p>Tema III: Aspectos Claves de los Negocios.</p>
UNIDAD II La Gerencia de Mercadeo.	<p>Tema I: fundamentos de Mercadeo, conceptos de Mercadotecnia, mercadeo de Servicios, canales de Distribución, la Comercialización, el comportamiento del Consumidor, la Mezcla de Mercadotecnia, la Investigación de Mercados, el Empaque, gestión de Marcas, la Publicidad, los Medios de Comunicación y Creatividad, Relaciones Públicas, el Patrocinio, mercado por Internet, el Posicionamiento, Mercadeo Internacional, curva del Ciclo de Vida de un Producto, matriz BCG.</p>
UNIDAD III La Gerencia de Ventas.	<p>Tema I: elementos de la Venta.</p> <p>Tema II: proyección de Cargos dentro de las Ventas.</p> <p>Tema III: conocimiento del Producto, Mercado y de la Competencia.</p> <p>Tema IV: canales de Venta.</p> <p>Tema V: identificación y Cartera de Clientes.</p> <p>Tema VI: pasos de las Ventas.</p> <p>Tema VII: organización de las Ventas.</p> <p>Tema VIII: plan de Ventas.</p> <p>Tema IX: capacitación, Selección y Entrenamiento de Vendedores.</p>
UNIDAD IV Aspectos Claves de la Gerencia de Operaciones y de Producción.	<p>Tema I: definición de Administración de Operaciones.</p> <p>Tema II: evolución de la Administración de Operaciones.</p> <p>Tema III: producción y sus aspectos claves.</p> <p>Tema IV: competencia Global.</p> <p>Tema V: benchmarking Competitivo.</p> <p>Tema VI: sistemas de Costos ABC.</p> <p>Tema VII: filosofía Justo a Tiempo.</p>
UNIDAD V Aspectos Generales del Fenómeno de la Globalización en la Empresas.	<p>Tema I: las culturas de las empresas del Siglo XXI.</p> <p>Tema II: los cuatro conocimientos globales.</p> <p>Tema III: principales líderes globales y sus empresas a nivel mundial en distintos países.</p> <p>Tema IV: tendencias globales y los 5 estadios de la globalización.</p> <p>Tema V: teorías de las franquicias.</p> <p>Tema VI: casos de estudio.</p> <p>Tema VII: filosofía Justo a Tiempo.</p>
UNIDAD VI Pensadores de la Gerencia del Siglo XXI.	<p>Tema I: principales ideas de los máximos pensadores actuales: Stephen Covey, Peter Drucker, Gary Hamel, Michael Hammel, Jhon Kotter, Edward Lawer III, Tom Peters, Michael porter, CK Prahalad, Peter Senge, Al Ries, Jack Trout, Bill Gates, Moisés Naim y Daniel Yergin.</p>

**V.- ESTRATEGIAS DE ENSEÑANZA Y APRENDIZAJE**

- *Exposición del profesor.*
- *Búsqueda de información.*
- *Estudio de casos.*
- *Debates.*

**VI.- ESTRATEGIAS DE EVALUACIÓN**

- *Pruebas escritas.*
- *Estudio de casos.*
- *Debates.*
- *Talleres.*

**VII.- REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS**

- Bononi, A. (2000). *Análisis cuantitativo para los negocios*. Bogotá: MCGRAW-HILL
- Booz, A. (1997). *Globalizar desde Latinoamérica*. Buenos Aires: MCGRAW-HILL
- Boyett, J. (1999). *Hablan los gurus*. México: Editorial Norma
- Czinkota, M. (1996). *Marketing Internacional*. España: Cengage Learning Editores
- Drucker, P. (1999). *Los desafíos de la gerencia del Siglo XXI*. Buenos Aires: Editorial Sudamericana.
- Friedman, L. (2000). *Canales de ventas*. México: Pearson.
- Gates, B. (1999). *Los negocios en la era digital*. México: Plaza & Janes Editores
- Hamel, G. y Prahalad, C. (1994). *Compitiendo por el futuro*. Madrid: Ariel
- Hamid, N. y Radford, R. (1997). *Administración de operaciones y producción*. Bogotá: MCGRAW-HILL / INTERAMERICANA DE COLOMBIA
- Hammer, M. (1994). *Reingeniería*. México: Editorial Norma
- Handy, C. y otros (1999). *Repensando el futuro*. México: Editorial Norma
- Harvard Business Review (2005). *Gestión de Marcas*. Bilbao: Ediciones Deusto
- Jefkins, F. (1997). *Comercialización actual*. México: Trillas
- Kaplan, D. y Norton, R. (2000). *Cuadro de Mando Integral (The balanced scorecard)*. Harvard Business Review
- Kotler, P. (2004). *Mercadeo de Servicios Profesionales*. Madrid: Grupo Planeta (GBS).
- Lawler, E. (2001). *Cómo recompensar la excelencia*.
- Mintzberg, H. (1988). *El proceso estratégico*. México: Prentice Hall
- Naim, M (1988). *Las empresas venezolanas: su gerencia*. Caracas, Ediciones IESA.
- Porter, M. (1996). *Ser Competitivo*. Deusto: Harvard Business Press
- Ries, A. (2000). *Enfoques de Mercadeo*. Bogotá: MCGRAW-HILL
- Ries, A. y Ries, L. (1998). *Las 22 leyes inmutables de la marca*. Bogotá: MCGRAW-HILL
- Ries, A. y Trout, J. (1993). *Las 22 leyes inmutables del marketing*. Bogotá: MCGRAW-HILL
- Rosen, R. (2000). *Éxito Global y Estrategia Local*. Buenos Aires: MCGRAW-HILL
- Sánchez, M. (1999). *Eficacia publicitaria*. Madrid: Ed. McGrawHill.
- Senge, P. (1990). *La Quinta Disciplina*. Naucalpan: Ediciones Granica S.A.
- Senge, P. (2000). *La Danza del Cambio*. Madrid: Gestión 2000
- Solomon, M. (2013). *Comportamiento del consumidor*. Estados Unidos: Pearson.
- Stanton, W. (2001). *Ventas: conceptos, planificación y estrategias*. Bogotá: MCGRAW-HILL
- Trout, J. (1996). *El nuevo posicionamiento*. Madrid: Ed. McGrawHill.
- Trout, J. (1998). *El poder de lo simple*. Madrid: MCGRAW-HILL
- Weiers, R. (1986). *Investigación de Mercados*. Bogotá: Prentice Hall
- Yergin, D. y Stanislaw, J. (2000). *Pioneros y líderes de la organización*. Buenos Aires: Vergara Editor S.A.