FACULTAD DE CIENCIAS ECONÓMICAS Y EMPRESARIALES
ESCUELA PROFESIONAL DE ADMINISTRACIÓN Y GERENCIA
SILABO

I. DATOS ADMINISTRATIVOS

1. Asignatura : Fundamentos de Gerencia y Liderazgo
2. Código : AG 0101
3. Naturaleza : Teórico
4. Condición : Obligatoria
5. Requisito (s) : Ninguno
6. Número de créditos : 4 Teoría
8. Semestre Académico : 2026 II
9. Docente :
   Correo institucional :

II. SUMILLA

Asignatura teórico-práctica que pertenece al área de Estudios Profesionales de especialidad y aporta al logro de la competencia específica que permite desarrollar el talento humano en la organización para crear un clima y cultura organizacional orientada al *Empowerment* y enfocada a la adaptación al cambio estratégico y la toma de decisiones gerenciales bajo una visión ética. Esto le permite al estudiante sentar las bases de análisis de la gestión administrativa y de Gerencia a nivel local y global de las organizaciones públicas y privadas. El logro fundamental del curso busca desarrollar las competencias del educando para entender y aplicar las diferentes componentes del proceso de gerencia y liderazgo en la gestión administrativa pública y privada de las organizaciones. En él se estudian los siguientes temas: Teoría y enfoque de la Gerencia; Niveles de Gerencia; Gerencia y toma de decisiones, el proceso gerencial en el sector empresarial local y global y la gerencia pública y privada dentro de un marco de conductas éticas y socialmente responsables.

III. COMPETENCIAS

III.1. COMPETENCIAS GENÉRICAS QUE CONTRIBUYE LA ASIGNATURA

Son competencias genéricas de la presente asignatura las siguientes:

1. Conocimiento sobre el área de estudio y profesión
2. Capacidad de aplicar los conocimientos en la práctica
3. Capacidad de comunicación oral y escrita
4. Responsabilidad social y compromiso ciudadano
5. Capacidad para tomar decisiones
6. Capacidad para motivar y conducir hacia metas comunes
7. Compromiso ético

III.2. COMPETENCIAS ESPECÍFICAS QUE CONTRIBUYE LA ASIGNATURA

Las competencias específicas centrales del presente curso son:

1. Desarrollar el planeamiento estratégico, táctico y operativo de las organizaciones, utilizando los componentes del proceso administrativo de manera alineada al logro de los objetivos organizacionales; en el marco de una percepción sistematizada y global.

IV. DESARROLLA EL COMPONENTE DE:

Investigación ( )
Responsabilidad Social (X)

V. LOGRO DE ASIGNATURA

El alumno al finalizar el curso estará en capacidad de aplicar las herramientas básicas del liderazgo y gerencia para generar el *empowerment* del recurso humano de las organizaciones privadas y públicas.

VI. PROGRAMACIÓN DE CONTENIDOS

UNIDAD I:	**TEORÍA Y ENFOQUE DE LA GERENCIA**	
LOGRO	Al finalizar la unidad, el estudiante comprenderá la gerencia, sus funciones y líneas de autoridad; analizará enfoques modernos centrados en cliente, tecnología, social media, innovación, sustentabilidad y empleado; diferenciará gerencia y liderazgo; y aplicará modelos pertinentes en contextos organizacionales dinámicos, con ética, uso responsable de la tecnología y sostenibilidad centrada en las personas.	
SEMANAS	**CONCEPTUAL/CONTENIDOS**	**METODOLOGÍA**
1.1. 1.2. 2.1 2.2. 3.1. 3.2. 4.1. 4.2.	1. Gerencia 1.1. Funciones Gerenciales 1.2. Gerencia y líneas de Autoridad 2. Enfoques del trabajo Gerencial Moderno 2.1. Enfoque en el cliente 2.2. Enfoque en la tecnología 2.3. Enfoque en social media 2.4. Enfoque en la innovación 2.5. Enfoque en la sustentabilidad 2.6. Enfoque en el empleado 3. Gerencia y liderazgo 3.1. Liderazgo 3.2. Gerencia y Liderazgo 3.3. Modelos de Liderazgo 3.4. Gerencia y liderazgo en entornos dinámicos	• Exposición Teórica • Lecturas Didácticas • Investigación Formativa 01 • Videos

UNIDAD II	**NIVELES DE GERENCIA; GERENCIA Y TOMA DE DECISIONES**	
LOGRO	Al finalizar la unidad, el estudiante identificará los niveles gerenciales y sus funciones, comprenderá el proceso y los modelos de toma de decisiones, analizará su relación con el cambio organizacional y reconocerá la importancia de la innovación y la creatividad en la gestión para responder a entornos dinámicos.	
SEMANAS	**CONCEPTUAL/CONTENIDOS**	**METODOLOGÍA**
5.1. 5.2. 6.1.	5. Los niveles gerenciales 5.1. La gerencia superior 5.2. La gerencia intermedia 5.3. La gerencia operativa 6. Gerencia y toma de decisiones 6.1. El proceso de toma de decisiones 6.2. El contexto y tipos de decisiones	• Exposición Teórica • Lecturas Didácticas • Investigación Formativa 02 • Videos

6.2. 7.1. 7.2. 8.1. 8.2.	6.3. Modelos de toma de decisiones 7. Toma de decisiones y cambio organizacional 7.1. Modelos de Cambio Organizacional 7.2. Administración del cambio organizacional 7.3. La resistencia al cambio 8. Gerencia e Innovación y creatividad 8.1. Innovación 8.2. Creatividad 8.3. Innovación disruptiva	

UNIDAD III	**EL PROCESO GERENCIAL EN EL SECTOR EMPRESARIAL LOCAL Y GLOBAL**	
LOGRO	Al finalizar la unidad, el estudiante reconocerá las particularidades de la gerencia en organizaciones privadas, públicas, globales y MiPymes, comprendiendo sus marcos de toma de decisiones, organizacional y legal, con el fin de analizar y aplicar criterios de gestión acordes a cada contexto.	
SEMANAS	**CONCEPTUAL/CONTENIDOS**	**METODOLOGÍA**
9.1. 9.2. 10.1. 10.2. 11.1 11.2. 12.1.	9. Gerencia en las organizaciones privadas 9.1. Marco privado de la toma de decisiones 9.2. Gerencia y marco organizacional 9.3. Gerencia y marco legal 10. Gerencia en las organizaciones públicas 10.1. Marco público de la toma de decisiones 10.2. Gerencia pública y su marco organizacional 10.3. Gerencia pública y su marco legal 11 Gerencia en las organizaciones globales 11.1. Marco global de la toma de decisiones 11.2. Gerencia global y su marco organizacional 11.3. Gerencia global y su marco legal 12. Gerencia y una visión MiPymes 12.1. Marco MiPymes de la toma de decisiones 12.2. Gerencia MiPymes y su marco organizacional 12.3. Gerencia MiPymes y su marco legal	• Exposición Teórica • Lecturas Didácticas • Investigación Formativa 03 • Videos

UNIDAD IV	**LA GERENCIA PÚBLICA Y PRIVADA DENTRO DE UN MARCO DE CONDUCTAS ÉTICAS Y SOCIALMENTE RESPONSABLES**	
LOGRO	Al finalizar la unidad, el estudiante de Administración y Gerencia liderará la gestión ética y responsable de las organizaciones, aplicando la ética empresarial, el código de ética y la Responsabilidad Social como ejes estratégicos alineados con los ODS. Asimismo, integrará la RSE, la relación con los Stakeholder y la sostenibilidad económica, social y ambiental en la toma de decisiones gerenciales.	
SEMANAS	**CONCEPTUAL/CONTENIDOS**	**METODOLOGÍA**
13.1. 13.2.	13. Ética empresarial. 13.1. Ética y comportamiento individual 13.2. Ética y cultura organizacional 13.3. El código de ética corporativo	• Exposición Teórica • Lecturas Didácticas

14.1. 14.2. 15.1. 15.2. 16.1. 16.2	14. La Responsabilidad Social 14.1. Principios de la Responsabilidad Social 14.2. Los Objetivos de Desarrollo Sostenible 15. Enfoques de la Responsabilidad Social 15.1. RSE y el recurso humano 15.2. RSE y los Stakeholders 16. Empresa y sostenibilidad 16.1. Sostenibilidad económica 16.2. Sostenibilidad social 16.3. Sostenibilidad ambiental	• Investigación Formativa 04 • Videos

VII. ESTRATEGIAS DIDÁCTICAS

En el desarrollo del presente curso, alineados con las competencias buscadas y adecuados al sistema de enseñanza virtual, a los contenidos del silabo se aplicarán los siguientes instrumentos didácticos:

1. Aprendizaje Basado en Tecnologías Informáticas de Cómputo (TIC).
2. Casuística Aplicada.
3. Aprendizaje Basado en Problemas (ABP)
4. Investigación Formativa.
5. Asistencia, Participación y Trabajo en equipo.
6. Lecturas aplicadas.

VIII. RECURSOS:

Para el desarrollo del presente curso se requerirá el uso de los siguientes recursos:

1. Blackboard Collaborate
2. Aula Virtual
3. Whatsapp
4. Excel
5. PowerPoint
6. Software específico,
7. Real Statistic y Megastat
8. Videos

IX. EVALUACIÓN

El sistema de evaluación establecida por la universidad. Consta de 5 evaluaciones de las cuales se anula 1 de ellas. La estructura de evaluación se da en 4 unidades formativas considerando la estructura de competencias que se presenta a continuación.

COMPETENCIAS	INSTRUMENTOS/CONTENIDOS	PORCENTAJE
Actitud	• Asistencia, puntualidad y trabajo en equipo	De acuerdo a las consideraciones del curso.
Conocimiento	• Participación en clase • Prácticas expositivas en PPT • Lecturas especializadas	
Procedimientos	• Análisis de Casos • Mapas conceptuales • Debates	

Investigación Aplicada	• Investigaciones basadas en casos reales • Investigación especializada: Revista	

Rúbricas del curso:

UNIDAD I:	**TEORÍA Y ENFOQUE DE LA GERENCIA**			
Criterio	Conocimiento del marco teórico	Aplicación de procedimiento	Análisis y aplicación practica	Soluciones creativas a la casuística
Valor				

UNIDAD II:	**NIVELES DE GERENCIA; GERENCIA Y TOMA DE DECISIONES**			
Criterio	Conocimiento del marco teórico	Aplicación de procedimiento	Análisis y aplicación practica	Soluciones creativas a la casuística
Valor				

UNIDAD III:	**EL PROCESO GERENCIAL EN EL SECTOR EMPRESARIAL LOCAL Y GLOBAL**			
Criterio	Conocimiento del marco teórico	Aplicación de procedimiento	Análisis y aplicación practica	Soluciones creativas a la casuística
Valor				

UNIDAD IV:	**LA GERENCIA PÚBLICA Y PRIVADA DENTRO DE UN MARCO DE CONDUCTAS ÉTICAS Y SOCIALMENTE RESPONSABLES**			
Criterio	Conocimiento del marco teórico	Aplicación de procedimiento	Análisis y aplicación practica	Soluciones creativas a la casuística
Valor				

X. REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

Ferrell, O. C., Thorne, D. M., & Ferrell, L. (2018). *Business and society: A strategic approach to social responsibility and ethics* (6th ed.). Chicago Business Press.

Huerta, J. J., & Rodríguez, G. I. (2014). *Desarrollo de habilidades directivas* (2.ª ed.). Pearson Educación.

Jones, G. R., & George, J. M. (2023). *Essentials of contemporary management* (10th ed.). McGraw Hill.

Robbins, S. P., & Coulter, M. A. (2019). *Management* (13th Canadian ed.). Pearson Canada.

Robbins, S. P., Coulter, M. A., Martocchio, J. J., & Long, L. K. (2018). *Administración* (13.ª ed.). Pearson Educación.

Stanwick, P. A., & Stanwick, S. D. (2015). *Understanding business ethics* (3rd ed.). SAGE Publications.

Weihrich, H., Cannice, M. V., & Koontz, H. (2017). *Administración: Una perspectiva global, empresarial y de innovación* (15.ª ed.). McGraw-Hill Education.

Surco, agosto 2026.

FACULTAD DE CIENCIAS ECONÓMICAS Y EMPRESARIALES
ESCUELA PROFESIONAL DE ADMINISTRACIÓN Y GERENCIA
SILABO

I. DATOS ADMINISTRATIVOS

1. Asignatura : Administración
2. Código : BC 0111
3. Naturaleza : Teórico/Práctico
4. Condición : Obligatoria
5. Requisito (s) : Ninguno
6. Número de créditos : 3
7. Número de horas : 2 Teoría y 2 Práctica
8. Semestre Académico : 2026 II
9. Docente :
   Correo institucional :

II. SUMILLA

Asignatura teórico-práctica de carácter obligatorio y común de las carreras de Administración y Gerencia, Administración de Negocios Globales, Contabilidad y Finanzas, Economía y Marketing Global y Administración Comercial de la FACEE, que pertenece al área de estudios profesionales específicos y aporta al logro de la competencia específica que comprende teorías y modelos de las ciencias económicas y empresariales para tomar decisiones y desarrollar emprendimientos eficaces e innovadores con responsabilidad social. La asignatura tiene como propósito que el estudiante explique las bases teóricas del conocimiento de las diferentes escuelas administrativas y su proceso en las organizaciones públicas y privadas con una visión aplicada a los contextos locales y globales en las que estas operan. Los contenidos que aborda la asignatura son: Teoría y enfoque de la administración en las organizaciones; la competitividad y la calidad; el proceso de globalización en el sector empresarial; gestión administrativa pública y privada dentro de un marco de conductas éticas y socialmente responsables.

III. COMPETENCIAS

III.1. COMPETENCIAS GENÉRICAS QUE CONTRIBUYE LA ASIGNATURA

Son competencias genéricas de la presente asignatura las siguientes:

1. Capacidad de abstracción, análisis y síntesis
2. Conocimiento sobre el área de estudio y profesión
3. Capacidad de aplicar los conocimientos en la práctica
4. Capacidad crítica y autocrítica
5. Capacidad para trabajar en equipo

III.2. COMPETENCIAS ESPECÍFICAS QUE CONTRIBUYE LA ASIGNATURA

Las competencias específicas centrales del presente curso son:

1. Desarrollar el planeamiento estratégico, táctico y operativo de las organizaciones, utilizando los componentes del proceso administrativo de manera alineada al logro de los objetivos organizacionales; en el marco de una percepción sistematizada y global.

IV. DESARROLLA EL COMPONENTE DE:

Investigación (X)
Responsabilidad Social ( )

V. LOGRO DE ASIGNATURA

El alumno al finalizar el curso estará en capacidad de aplicar las herramientas básicas de la administración dentro del proceso de la gestión administrativa de las organizaciones nacionales públicas, privadas y globales.

VI. PROGRAMACIÓN DE CONTENIDOS

UNIDAD I:	**TEORÍA Y ENFOQUE DE LA ADMINISTRACIÓN EN LAS ORGANIZACIONES**	
LOGRO	Al finalizar la unidad, el estudiante comprende la evolución de la administración y sus principales escuelas, aplica el proceso administrativo como base de la gestión gerencial y desarrolla competencias para gestionar organizaciones en contextos globales. Asimismo, analiza el entorno, administra el talento humano internacional e integra la responsabilidad social para conducir organizaciones públicas y privadas de forma ética, sostenible y orientada a generar valor para sus grupos de interés.	
SEMANAS	**CONCEPTUAL/CONTENIDOS**	**METODOLOGÍA**
1.1. 1.2. 2.1 2.2. 3.1. 3.2. 4.1. 4.2.	1. Administración 1.1. Evolución Histórica 1.2. Escuelas Administrativas 2. El proceso administrativo 2.1. La planeación 2.2. La organización 2.3. La dirección 2.4. El control 3. Administración en un contexto global 3.1. El análisis del entorno global 3.2. Gestión administrativa global 3.3. Gestión del recurso humano global 4. Administración y responsabilidad social 4.1. Administración y sociedad 4.2. Administración y medio ambiente	• Exposición Teórica • Lecturas Didácticas • Investigación Formativa 01 • Videos

UNIDAD II	**LA COMPETITIVIDAD Y LA CALIDAD**	
LOGRO	Al finalizar la unidad, el estudiante analiza la competitividad organizacional mediante la cadena de valor, las cinco fuerzas del mercado y la gestión por procesos, reconociendo ventajas para el posicionamiento global. Además, fortalece factores humanos, tecnológicos e infraestructura, aplica la Calidad Total, el Kaisen, la mejora continua y el ciclo de Deming, y vincula calidad, innovación y creatividad para gestionar el cambio de forma ágil y sostenible, generando mayor valor para clientes y Stakeholder.	
SEMANAS	**CONCEPTUAL/CONTENIDOS**	**METODOLOGÍA**
5.1. 5.2. 6.1.	5. Competitividad 5.1. La cadena del valor de las organizaciones 5.2. Las 5 fuerzas del mercado 5.3. La gestión por procesos 6. La competitividad en los entornos globales	• Exposición Teórica • Lecturas Didácticas • Investigación Formativa 02

	6.1. Factores humanos 6.2. Factores tecnológicos	• Videos
6.2.	6.3. Factores de infraestructura	
7.1.	7. Administración de la Calidad Total (ACT) 7.1. Calidad Total 7.2. Kaisen y Mejora continua	
7.2.	7.3. El ciclo de la calidad de Deming	
8.1.	8. Calidad, innovación y creatividad 8.1. Calidad e innovación empresarial 8.2. Calidad y creatividad empresarial	
8.2.	8.3. Calidad y gestión del cambio global	

UNIDAD III	**EL PROCESO DE GLOBALIZACIÓN EN EL SECTOR EMPRESARIAL**	
LOGRO	Al finalizar la unidad, el estudiante comprende la globalización y su impacto comercial, industrial y cultural, así como el rol de empresas transnacionales, multinacionales y globales. Desarrolla competencias para gestionar recursos humanos, tecnológicos e infraestructura en entornos globales, y asume la responsabilidad social como eje estratégico para administrar recursos ambientales y sociales, comprender los efectos de la corrupción y conducir organizaciones competitivas, éticas y sostenibles.	
SEMANAS	**CONCEPTUAL/CONTENIDOS**	**METODOLOGÍA**
9.1.	9. La globalización 9.1. Globalización en el contexto comercial 9.2. Globalización en el contexto industrial	• Exposición Teórica • Lecturas Didácticas • Investigación Formativa 03 • Videos
9.2.	9.3. Globalización y el contexto cultural	
10.1.	10. Globalización y empresa 10.1. Empresas transnacionales 10.2. Empresas Multinacionales	
10.2.	10.3. Empresas globales	
11.1	11 Globalización y gestión administrativa 11.1. Gestión administrativa del recurso humano 11.2. Gestión administrativa del recurso tecnológico	
11.2.	11.3. Gestión administrativa e infraestructura	
12.1.	12. Responsabilidad social en entornos globales 12.1. Gestión de los recursos ambientales 12.2. Gestión del entorno social	
12.2.	12.3. La corrupción y sus efectos en las empresas	

UNIDAD IV	**GESTIÓN ADMINISTRATIVA PÚBLICA Y PRIVADA DENTRO DE UN MARCO DE CONDUCTAS ÉTICAS Y SOCIALMENTE RESPONSABLES**	
LOGRO	Al finalizar la unidad, el estudiante integra la ética empresarial y el código de ética corporativo como ejes de la gestión, asume la Responsabilidad Social como ventaja competitiva alineada a los Objetivos de Desarrollo Sostenible, y diseñan estrategias de RSE orientadas al recurso humano y los Stakeholder, tomando decisiones que integran la sostenibilidad económica, social y ambiental para garantizar la competitividad y legitimidad de las organizaciones públicas y privadas.	
SEMANAS	**CONCEPTUAL/CONTENIDOS**	**METODOLOGÍA**
13.1.	13. Ética empresarial. 13.1. Ética y comportamiento individual 13.2. Ética y cultura organizacional	• Exposición Teórica • Lecturas Didácticas • Investigación
13.2.	13.3. El código de ética corporativo	
14.1.	14. La Responsabilidad Social	

14.2. 15.1. 15.2. 16.1. 16.2.	14.1. Principios de la Responsabilidad Social 14.2. Los Objetivos de Desarrollo Sostenible 15. Enfoques de la Responsabilidad Social 15.1. RSE y el recurso humano 15.2. RSE y los Stakeholder 16. Empresa y sostenibilidad 16.1. Sostenibilidad económica 16.2. Sostenibilidad social 16.3. Sostenibilidad ambiental	Formativa 04 • Videos

VII. ESTRATEGIAS DIDÁCTICAS

En el desarrollo del presente curso, alineados con las competencias buscadas y adecuados al sistema de enseñanza virtual, a los contenidos del silabo se aplicarán los siguientes instrumentos didácticos:

1. Aprendizaje Basado en Tecnologías Informáticas de Cómputo (TIC).
2. Casuística Aplicada.
3. Aprendizaje Basado en Problemas (ABP)
4. Investigación Formativa.
5. Asistencia, Participación y Trabajo en equipo.
6. Lecturas aplicadas.

VIII. RECURSOS:

Para el desarrollo del presente curso se requerirá el uso de los siguientes recursos:

1. Blackboard Collaborate
2. Aula Virtual
3. WhatsApp
4. Excel
5. PowerPoint
6. Software específico,
7. Real Statistic y Megastat
8. Videos

IX. EVALUACIÓN

La estructura de evaluación se da en 4 unidades formativas considerando la estructura de competencias que se presenta a continuación.

COMPETENCIAS	INSTRUMENTOS/CONTENIDOS	PORCENTAJE
Actitud	• Asistencia, puntualidad y trabajo en equipo	10%
Conocimiento	• Participación en clase • Prácticas expositivas en PPT • Lecturas especializadas	20%
Procedimientos	• Análisis de Casos • Mapas conceptuales • Debates	40%
Investigación Aplicada	• Investigaciones basadas en casos reales • Investigación especializada	30%

Rúbricas del curso:

UNIDAD I:	**TEORÍA Y ENFOQUE DE LA ADMINISTRACIÓN EN LAS ORGANIZACIONES**			
Criterio	Conocimiento del marco teórico	Aplicación de procedimiento	Análisis y aplicación practica	Soluciones creativas a la casuística
Valor				

UNIDAD II:	**LA COMPETITIVIDAD Y LA CALIDAD**			
Criterio	Conocimiento del marco teórico	Aplicación de procedimiento	Análisis y aplicación practica	Soluciones creativas a la casuística
Valor				

UNIDAD III:	**EL PROCESO DE GLOBALIZACIÓN EN EL SECTOR EMPRESARIAL**			
Criterio	Conocimiento del marco teórico	Aplicación de procedimiento	Análisis y aplicación practica	Soluciones creativas a la casuística
Valor				

UNIDAD IV:	**GESTIÓN ADMINISTRATIVA PÚBLICA Y PRIVADA DENTRO DE UN MARCO DE CONDUCTAS ÉTICAS Y SOCIALMENTE RESPONSABLES**			
Criterio	Conocimiento del marco teórico	Aplicación de procedimiento	Análisis y aplicación practica	Soluciones creativas a la casuística
Valor				

X. REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

Ferrell, O. C., Thorne, D. M., & Ferrell, L. (2018). *Business and society: A strategic approach to social responsibility and ethics* (6th ed.). Chicago Business Press.

Jones, G. R., & George, J. M. (2023). *Essentials of contemporary management* (10th ed.). McGraw Hill.

Robbins, S. P., & Coulter, M. A. (2019). *Management* (13th Canadian ed.). Pearson Canada.

Robbins, S. P., Coulter, M. A., Martocchio, J. J., & Long, L. K. (2018). *Administración* (13.ª ed.). Pearson Educación.

Stanwick, P. A., & Stanwick, S. D. (2015). *Understanding business ethics* (3rd ed.). SAGE Publications.

Weihrich, H., Cannice, M. V., & Koontz, H. (2017). *Administración: Una perspectiva global, empresarial y de innovación* (15.ª ed.). McGraw-Hill Education.

Surco, agosto 2026.

FACULTAD DE CIENCIAS ECONÓMICAS Y EMPRESARIALES
ESCUELA PROFESIONAL DE ADMINISTRACIÓN Y GERENCIA
SILABO

I. DATOS ADMINISTRATIVOS

1. Asignatura : Economía I
2. Código : BC-0102
3. Naturaleza : Teórico-práctica
4. Condición : Obligatorio
5. Requisitos : Ninguno
6. Nro. Créditos : 03
7. Nro. de horas : 04 hrs (02 Teoría / 02 Práctica)
8. Semestre Académico : 2026-II
9. Docente :

   Correo Institucional :

II. SUMILLA

Asignatura teórico-práctica, de carácter obligatorio de las carreras de Administración y Gerencia, Administración de Negocios Globales, Contabilidad y Finanzas, Economía y Marketing Global y Administración Comercial de la FACEE, que pertenece al área de estudios profesionales específicos y aporta al logro de la competencia específica, comprende teorías y modelos de las ciencias económicas y empresariales para tomar decisiones y desarrollar emprendimientos eficaces e innovadores con responsabilidad social. La asignatura tiene como propósito que el estudiante analice las principales variables microeconómicas y sus interrelaciones para entender el comportamiento individual de los agentes económicos y guiar las decisiones económicas. Los contenidos que aborda la asignatura son: Análisis de la demanda, oferta y equilibrio de mercado; elasticidades, teoría del comportamiento del consumidor, teoría de la producción y costos.

III. COMPETENCIAS

III:1. COMPETENCIAS GENÉRICAS A LAS QUE CONTRIBUYE LA ASIGNATURA

- Liderazgo compartido
- Comunicación efectiva
- Pensamiento crítico y creativo
- Autoaprendizaje
- Comportamiento ético

III.2. COMPETENCIAS ESPECÍFICAS A LAS QUE CONTRIBUYE LA ASIGNATURA

- Delimita el campo de estudio de la ciencia económica, el sistema y los subsistemas económicos, así como los métodos y técnicas que se utilizan en el análisis económico.
- Explica y caracteriza el comportamiento de los agentes económico familia.
- Explica y caracteriza el comportamiento de los agentes económico empresa
- Explica y caracteriza el comportamiento de los mercados

IV. DESARROLLA EL COMPONENTE DE:

Investigación (X)
Responsabilidad Social ( )

V. LOGRO DE LA ASIGNATURA

Al finalizar la asignatura, el estudiante analiza con criterio los diferentes instrumentos microeconómicos en su dimensión teórica y práctica, para entender en forma integral la ciencia económica teórica y práctica. Asimismo, establece su habilidad y racionalidad para entender y analizar los diferentes planteamientos, leyes y postulados microeconómicos a nivel básico.

VI. PROGRAMACIÓN DE CONTENIDOS

UNIDAD I:	**ANÁLISIS DE LA DEMANDA**
LOGRO DE APRENDIZAJE: Al finalizar la unidad, el estudiante comprende los fundamentos de la demanda, distingue sus tipos y explica la ley de la demanda. Analiza la función y curva de demanda, sus variables determinantes y sus desplazamientos o movimientos. Asimismo, aplica las elasticidades precio, cruzada e ingreso, interpreta la curva de Engel y analiza el comportamiento del consumidor para sustentar decisiones de mercado.	
Semana	**Contenido**
1	**Fundamentos conceptuales de la demanda** - La demanda como concepto económico: definición y objeto - Diferencia entre cantidad demandada y demanda - La demanda individual y la demanda del mercado - La ley de la demanda y su fundamento racional (utilidad y sustitución)
2	**La función de demanda y su representación gráfica** - La función de demanda: variables que la determinan - La curva de demanda: construcción e interpretación - Desplazamientos de la curva vs. movimientos a lo largo de la curva - Factores determinantes de la demanda de un bien (precio, ingreso, precios de bienes relacionados, gustos, expectativas)
3	- **Elasticidad de la demanda** - La elasticidad-precio de la demanda: concepto y cálculo - Demanda elástica, inelástica y unitaria - Elasticidad-precio, ingreso total y sus implicancias - Elasticidad cruzada de la demanda (bienes sustitutos y complementarios) - Elasticidad-ingreso de la demanda (bienes normales e inferiores) - La curva de Engel y la relación ingreso-demanda

UNIDAD II:	**OFERTA Y EQUILIBRIO DE MERCADO; ELASTICIDADES**
LOGRO DE APRENDIZAJE: Al finalizar la unidad, el estudiante comprende los fundamentos de la oferta —cantidad ofrecida vs. oferta, oferta individual y del mercado, y su ley basada en costos y productividad—, construye e interpreta la curva de oferta y sus factores determinantes. Determina el equilibrio de mercado (precio y cantidad), identifica los excesos y desplazamientos del equilibrio, y reconoce los excedentes del productor y consumidor. Aplica las elasticidades de la oferta y la demanda para analizar la incidencia de impuestos, la fijación de precios y las	

decisiones productivas, así como los efectos de subsidios y controles de precios en mercados reales.	
Semana	**Contenido**
4	**Fundamentos conceptuales de la oferta** - La oferta como concepto económico: definición y objeto - Diferencia entre cantidad ofrecida y oferta - La oferta individual y la oferta del mercado - La ley de la oferta y su fundamento racional **PRÁCTICA CALIFICADA N°1**
5	**La función de la oferta y la curva de la oferta** - Otros factores determinantes de la oferta de un bien - Cantidad ofrecida y oferta - El equilibrio de mercado - Aplicaciones
6	**El equilibrio de mercado** - Concepto de equilibrio: intersección de oferta y demanda - Determinación del precio y la cantidad de equilibrio - Exceso de oferta y exceso de demanda (desequilibrio) - Desplazamientos del equilibrio por cambios en la oferta y/o la demanda - El excedente del productor y del consumidor - Aplicaciones: efectos de impuestos, subsidios y controles de precios (precio máximo y mínimo)
7	**Elasticidades y su aplicación conjunta** - Elasticidad-precio de la demanda y de la oferta en el equilibrio - Efectos de la elasticidad en la incidencia de impuestos - Aplicaciones a la fijación de precios y a las decisiones productivas - Análisis de casos: mercados, servicios, bienes con oferta rígida vs. flexible
8	**Semana de Exámenes Parciales**

UNIDAD III:	**FUNDAMENTOS DEL COMPORTAMIENTO DEL CONSUMIDOR**
LOGRO DE APRENDIZAJE: Al finalizar la unidad, el estudiante comprende al consumidor como agente racional que maximiza su utilidad bajo una restricción presupuestaria. Analiza la utilidad total y marginal, las preferencias, curvas de indiferencia, tasa marginal de sustitución y restricciones presupuestarias. Determina el equilibrio del consumidor y deriva la curva de demanda, diferenciando los efectos sustitución e ingreso para explicar decisiones de compra y políticas de precios en mercados reales.	
Semana	**Contenido**
9	**Fundamentos del comportamiento del consumidor** - El consumidor como agente económico racional - Preferencias, restricción presupuestaria y elección - El problema del consumidor: maximizar la utilidad sujeta a la restricción de ingreso
10	**La utilidad: enfoque cardinal** - Utilidad total y utilidad marginal - La ley de la utilidad marginal decreciente - El equilibrio del consumidor en el enfoque cardinal

	- El consumidor y la asignación del gasto entre bienes
- 11	**Preferencias y curvas de indiferencia: enfoque ordinal** - Las preferencias del consumidor - La curva de indiferencia: concepto y propiedades - El mapa de indiferencia y la tasa marginal de sustitución (TMS) - Casos especiales: bienes sustitutos perfectos, complementarios perfectos y bienes neutros - La restricción presupuestaria - La recta de presupuesto: ecuación y representación gráfica - La pendiente como relación de precios - Efecto de cambios en el ingreso y en los precios
12	**El equilibrio del consumidor** - Maximización de la utilidad: tangencia entre recta de presupuesto y curva de indiferencia - Condiciones de equilibrio del consumidor - Interpretación económica del equilibrio **PRÁCTICA CALIFICADA N°2**

UNIDAD IV:	**TEORÍA DE LA PRODUCCIÓN Y COSTOS.**
LOGRO DE APRENDIZAJE: Al finalizar la unidad, el estudiante comprende la empresa como unidad productiva, identifica los factores y la función de producción, y distingue el corto y largo plazo. Analiza isocuantas, TMST, isocostes, equilibrio del productor y rendimientos a escala. Diferencia costos económicos, contables, explícitos e implícitos, así como costos fijos, variables, totales, medios y marginales, para sustentar decisiones productivas y de minimización de costos.	
Semana	**Contenido**
13	**Fundamentos de la producción** - La empresa como unidad productiva y económica - Los factores de producción (trabajo, capital, tierra, tecnología) - La función de producción: relación insumos-producto - Corto plazo y largo plazo en la producción
14	**La producción** - Las isocuantas: concepto y propiedades - La tasa marginal de sustitución técnica (TMST) - Las isocostes y la minimización de costos - El equilibrio del productor: combinación óptima de factores - Los rendimientos a escala
15	**La teoría de los costos** - Distinción entre costos económicos y contables - Costo explícito e implícito; costo de oportunidad - Costo fijo, costo variable y costo total - Costo medio, costo marginal y sus relaciones - Economías y deseconomías de escala - Relación entre rendimientos a escala y costos de largo plazo - Trayectoria de expansión de la empresa.
16	**Semana de Exámenes Finales**
17	**EVALUACIÓN SUSTITUTORIA**

VII. ESTRATEGIAS DIDÁCTICAS

- Exposición de diapositivas explicativas.
- Trabajo: Exposiciones asignadas
- Trabajo: Investigación Bibliográfica formativa
- Debate grupal de casos actuales

VIII. EVALUACIÓN

UNIDAD	TIPOS DE EVALUACIÓN	PESOS
II	Práctica Calificada (01)	10%
	Examen Parcial	30%
IV	Práctica Calificada (02)	10%
	Examen Final	30%
	Trabajo Práctico: Idea de Negocio Trabajo: Investigación formativa	10% 10%
		100%

IX. RECURSOS

- Equipos: computadora, laptop, Tablet, celular
- Materiales: apuntes de clase del Docente, separatas de problemas, lecturas, videos.

Rúbricas del curso:

UNIDAD I:	**ANÁLISIS DE LA DEMANDA**			
Criterio	Conocimiento del marco teórico	Aplicación de procedimiento	Análisis y aplicación practica	Soluciones creativas a la casuística
Valor				

UNIDAD II:	**OFERTA Y EQUILIBRIO DE MERCADO; ELASTICIDADES**			
Criterio	Conocimiento del marco teórico	Aplicación de procedimiento	Análisis y aplicación practica	Soluciones creativas a la casuística
Valor				

UNIDAD III:	FUNDAMENTOS DEL COMPORTAMIENTO DEL CONSUMIDOR			
Criterio	Conocimiento del marco teórico	Aplicación de procedimiento	Análisis y aplicación practica	Soluciones creativas a la casuística
Valor				

UNIDAD IV:	TEORÍA DE LA PRODUCCIÓN Y COSTOS.			
Criterio	Conocimiento del marco teórico	Aplicación de procedimiento	Análisis y aplicación practica	Soluciones creativas a la casuística
Valor				

XI. REFERENCIAS

Case, K. E., & Fair, R. C. (1993). *Fundamentos de economía* (2.ª ed.). Prentice Hall Hispanoamericana.

Mankiw, N. G. (2012). *Principios de economía* (6.ª ed.). Cengage Learning.

Mochón, F. (2009). *Economía: Teoría y política* (6.ª ed.). McGraw-Hill.

Parkin, M. (2018). *Economía* (12.ª ed.). Pearson Educación.

Pérez, A., Castejón, R., Méndez, E., & Martínez, J. L. (2014). *Introducción a la microeconomía* (3.ª ed.). Pearson Educación.

Samuelson, P. A., & Nordhaus, W. D. (2009). *Economía: Con aplicaciones a Latinoamérica*. McGraw-Hill.

Wonnacott, P., & Wonnacott, R. (2001). *Economía* (4.ª ed.). McGraw-Hill.

Krugman, P., Wells, R., & Olney, M. L. (2013). *Fundamentos de economía* (3.ª ed.). Editorial Reverté.

Surco, agosto 2026.

FACULTAD DE CIENCIAS ECONÓMICAS Y EMPRESARIALES
ESCUELA PROFESIONAL DE ADMINISTRACIÓN Y GERENCIA
SILABO

I. DATOS GENERALES

1. Asignatura : Procesos Gerenciales y Diseños Organizacionales
2. Código : BC 0211
3. Condición : Obligatorio
4. Requisito (s) : Administración
5. Número de Créditos : 03 (Tres)
6. Número de Horas : 2 Teoría - 2 Práctica
7. Semestre Académico : 2026 II
8. Docente :

Correo institucional :

II. SUMILLA

Asignatura teórico-práctica de carácter obligatorio y común de las carreras de Administración y Gerencia, Administración de Negocios Globales, Contabilidad y Finanzas, Economía y Marketing Global y Administración Comercial de la FACEE, que pertenece al área de estudios profesionales específicos y aporta al logro de la competencia específica que comprende teorías y modelos de las ciencias económicas y empresariales para tomar decisiones y desarrollar emprendimientos eficaces e innovadores con responsabilidad social. La asignatura tiene como propósito que el estudiante aplique las herramientas básicas del proceso administrativo en la gestión de las organizaciones públicas y privadas con una visión local y global. Los contenidos que aborda la asignatura son: el proceso administrativo; la planeación en organizaciones locales y globales; diseño de estructuras organizacionales; liderazgo, dirección y control organizacional bajo un contexto de responsabilidad social.

III. COMPETENCIAS

III.1. GENÉRICAS QUE CONTRIBUYEN LA ASIGNATURA

Son competencias genéricas de la presente asignatura las siguientes:

1. Capacidad de abstracción análisis y síntesis
2. Conocimiento sobre el área de estudio y profesión
3. Capacidad de comunicación oral y escrita
4. Capacidad para trabajar en equipo
5. Compromiso ético

III.2. COMPETENCIAS ESPECÍFICAS A LAS QUE CONTRIBUYE LA ASIGNATURA

Son competencias específicas de la presente asignatura las siguientes:

1. Desarrollar el planeamiento estratégico, táctico y operativo de las organizaciones, utilizando los componentes del proceso administrativo de manera alineada al logro de los objetivos organizacionales.
2. Identificar las interrelaciones funcionales para diseñar estructuras organizacionales orientadas al desarrollo y alcance de las metas estratégicas de la organización; considerando el criterio de utilización más eficiente de los medios de la empresa.

IV. DESARROLLA EL COMPONENTE DE: INVESTIGACIÓN (X)

Esta asignatura forma parte del sistema de evaluación de la investigación formativa.

V. LOGRO DE ASIGNATURA

La asignatura es de naturaleza teórico-práctica, al finalizar el curso el alumno tendrá los conocimientos fundamentales del proceso administrativo para su desarrollo en los diferentes contextos empresariales comerciales, de servicios y/o industriales en los entornos de globalización en los que cada sector empresarial que opera. Esta acción debe estar enmarcada dentro de un marco de conductas éticas, socialmente responsables y sostenibles.

VI. PROGRAMACIÓN DE LOS CONTENIDOS

UNIDAD I	**EL PROCESO ADMINISTRATIVO**	
LOGRO	El alumno estará en capacidad de identificar y desarrollar las acciones administrativas más efectivas que pueden desarrollarse en cada una de las etapas del proceso administrativo para lograr con éxito los objetivos trazados en los diferentes entornos empresariales nacionales e internacionales.	
SEMANAS	**CONTENIDOS**	**METODOLOGIA**
1 2 3 4	1 El Proceso Administrativo en las organizaciones 1.1. La Planeación Administrativa en las organizaciones 1.2. La Organización en entornos locales y globales 1.3. La Dirección y el liderazgo en las organizaciones 1.4. Control administrativo en las organizaciones	○ Casos Aplicados ○ Aprendizaje Basado en Problemas ○ Trabajo en Equipos ○ Investigación aplicada

UNIDAD II	**LA PLANEACIÓN ADMINISTRATIVA EN ENTORNOS LOCALES Y GLOBALES**	
LOGRO	El alumno conocerá y podrá aplicar de manera eficiente y eficaz los instrumentos para implementar los pasos básicos de la planeación administrativa en los diferentes contextos empresariales locales y globales en las que las organizaciones interactúan.	
SEMANAS	**CONTENIDOS**	**METODOLOGIA**
5 6 7 8	2. La planeación administrativa 2.1. La planeación táctica y operativa 2.2. La planeación estratégica 3. Los objetivos organizacionales 3.1. Objetivos táctico y operativos 3.2. Objetivos estratégicos 4. Elementos de la planeación 4.1. Políticas 4.2. Procedimientos 4.3. Programas	○ Casos Aplicados ○ Aprendizaje Basado en Problemas ○ Trabajo en Equipos ○ Investigación aplicada

UNIDAD III	DISEÑO DE ESTRUCTURAS ORGANIZACIONALES LOCALES Y GLOBALES	
LOGRO	El alumno estará en capacidad de identificar procesos de trabajo que permitan delimitar claramente las funciones y los procesos administrativos que se precisan desempeñar en las diferentes áreas funcionales de la organización de tal forma que permita ordenar las acciones administrativas en los diferentes entornos locales y globales.	
SEMANAS	**CONTENIDOS**	**METODOLOGIA**
9 10 11 12	5. Diseño de la estructura organizacional 5.1. Diseños organizacionales tradicionales 5.2. Diseños organizacionales contemporáneos 6. Diseño organizacional: Autoridad y Responsabilidad 6.1. Diseños Organizacionales centralizados 6.2. Diseños organizacionales descentralizados 7. Fundamentos de Estructura Organizacional 7.1. Organización del trabajo y diseño 7.2. Departamentalización 7.3. Organimetría	○ Casos Aplicados ○ Aprendizaje Basado en Problemas ○ Trabajo en Equipos ○ Investigación aplicada

UNIDAD IV	LIDERAZGO, DIRECCIÓN Y CONTROL ORGANIZACIONAL BAJO UN CONTEXTO DE RESPONSABILIDAD SOCIAL	
LOGRO	El alumno estará en capacidad de conocer los instrumentos básicos de la toma de decisiones y los sistemas de control administrativo que aseguren el logro adecuado de los objetivos trazados y su permanente medición.	
SEMANAS	**CONTENIDOS**	**METODOLOGIA**
14 15 16 17	8. El liderazgo en las organizaciones 8.1 Estilos de liderazgo 8.2. Liderazgo basado en valores 9. Dirección y toma de decisiones 9.1. Toma de decisiones 9.2. Contexto de la toma de decisiones y tipos 10. El Control Administrativo de las organizaciones 10.1. Sistemas de Control Interno 11. Sistemas de Gestión y Responsabilidad Social	○ Casos Aplicados ○ Aprendizaje Basado en Problemas ○ Trabajo en Equipos ○ Investigación aplicada

VII. ESTRATEGIAS DIDACTICAS

En el desarrollo del presente curso, alineados con las competencias buscadas y adecuados al sistema de enseñanza presencial, a los contenidos del silabo se aplicarán los siguientes instrumentos didácticos:

1. Aprendizaje Basado en Tecnologías Informáticas de Cómputo (TIC).
2. Casuística Aplicada.
3. Aprendizaje Basado en Problemas (ABP)
4. Investigación Formativa.
5. Asistencia, Participación y Trabajo en equipo.
6. Lecturas aplicadas.

VIII. RECURSOS:

Para el desarrollo del presente curso se requerirá el uso de los siguientes recursos:

1. Blackboard Collaborate
2. Aula Virtual,
3. Whatsapp
4. Excel
5. Powerpoint
6. Software específico,
7. Real Statistic y Megastat.
8. Videos

IX. EVALUACIÓN

El sistema de evaluación del curso es el siguiente:

PROM = (PRAC01 +FIN+PPRA) /3

Se aplica examen sustitutorio para el examen parcial o final, siempre que el promedio de prácticas sea de 07.o más.

El Promedio de prácticas (PPRA) se obtendrá: de la siguiente manera:

PPRA = (PRA1+PRA2 +PRA3+TRP) /4 (TRP=Trabajo práctico)

En caso de que el docente desee aplicar otro sistema de evaluación deberá coordinar con la dirección de la escuela.

La estructura de evaluación se da en 4 unidades formativas considerando la estructura de competencias que se presenta a continuación.

COMPETENCIAS	INSTRUMENTOS/CONTENIDOS	PORCENTAJE
Actitud	• Asistencia, puntualidad y trabajo en equipo	De acuerdo a las consideraciones del curso.
Conocimiento	• Participación en clase • Prácticas expositivas en PPT • Lecturas especializadas	
Procedimientos	• Análisis de Casos • Mapas conceptuales • Debates	
Investigación Aplicada	• Investigaciones basadas en casos reales • Investigación especializada	

Rúbricas del curso:

UNIDAD I:	**EL PROCESO ADMINISTRATIVO**			
Criterio	Conocimiento del marco teórico	Aplicación de procedimiento	Análisis y aplicación practica	Soluciones creativas a la casuística
Valor				

UNIDAD II:	**LA PLANEACIÓN ADMINISTRATIVA EN ENTORNOS LOCALES Y GLOBALES**			
Criterio	Conocimiento del marco teórico	Aplicación de procedimiento	Análisis y aplicación practica	Soluciones creativas a la casuística
Valor				

UNIDAD III:	**DISEÑO DE ESTRUCTURAS ORGANIZACIONALES LOCALES Y GLOBALES**			
Criterio	Conocimiento del marco teórico	Aplicación de procedimiento	Análisis y aplicación practica	Soluciones creativas a la casuística
Valor				

UNIDAD IV:	**LIDERAZGO, DIRECCIÓN Y CONTROL ORGANIZACIONAL BAJO UN CONTEXTO DE RESPONSABILIDAD SOCIAL**			
Criterio	Conocimiento del marco teórico	Aplicación de procedimiento	Análisis y aplicación practica	Soluciones creativas a la casuística
Valor				

X. REFERENCIAS BIBLIOGRAFÍA

- Bueno, R., Ramos, M., & Berrelleza, C. F. (2020). *Elementos básicos de administración*. Universidad Autónoma de Sinaloa, Dirección General de Escuelas Preparatorias.

- Daft, R. L. (2011). *Teoría y diseño organizacional*. Cengage Learning.
- Franklin, E. B. (2009). *Organización de empresas*. McGraw-Hill.
- Koontz, H., & Weihrich, H. (2013). *Elementos de administración: Un enfoque internacional y de innovación*. McGraw-Hill.
- Koontz, H., Weihrich, H., & Cannice, M. (2012). *Administración: Una perspectiva global y empresarial*. McGraw-Hill.
- Martínez Moll, L. (2019). *Mejores prácticas del management*. Universidad Alta Dirección.
- Raufflet, E., Lozano, J. F., Barrera, E., & García de la Torre, C. (2012). *Responsabilidad social empresarial*. Pearson.
- Surridge, M., & Gillespie, A. (2022). *Business management*. Hodder Education.

Surco, agosto 2026.



FACULTAD DE CIENCIAS ECONÓMICAS Y EMPRESARIALES
ESCUELA PROFESIONAL DE ADMINISTRACIÓN Y GERENCIA
SILABO

I. DATOS ADMINISTRATIVOS

1. Asignatura : Economía II
2. Código : BC-0212
3. Naturaleza : Teórico-práctica
4. Condición : Obligatorio
5. Requisitos : Economía I
6. Nro. Créditos : 03
7. Nro de horas : 04 hrs (02 Teoría / 02 Práctica)
8. Semestre Académico : 2026-II
9. Docente :

Correo Institucional :

II. SUMILLA

Asignatura teórico-práctica, de carácter obligatorio de las carreras de Administración y Gerencia, Administración de Negocios Globales, Contabilidad y Finanzas, Economía y Marketing Global y Administración Comercial de la FACEE, que pertenece al área de estudios profesionales específicos y aporta al logro de la competencia específica que comprende teorías y modelos de las ciencias económicas y empresariales para tomar decisiones y desarrollar emprendimientos eficaces e innovadores con responsabilidad social. La asignatura tiene como propósito que el estudiante analice las principales variables macroeconómicas y sus interrelaciones para entender los fenómenos económicos de la realidad peruana y mundial. Los contenidos que aborda la asignatura son: variables agregadas, mediciones del PBI, tabla insumo-producto y flujo circular de la economía; el Estado, el sector financiero y el sector externo y sus intervenciones en la economía; la teoría de la inflación y ciclos económicos; crecimiento y desarrollo económico.

Como parte de la asignatura, el alumno con su equipo de trabajo, participa en el Taller de Indicadores Económicos de la EPE.

III. COMPETENCIAS GENÉRICAS A LAS QUE CONTRIBUYE LA ASIGNATURA

- Liderazgo compartido
- Comunicación efectiva
- Pensamiento crítico y creativo
- Autoaprendizaje
- Comportamiento ético

IV. COMPETENCIAS ESPECÍFICAS A LAS QUE CONTRIBUYE LA ASIGNATURA

- Delimita el campo de estudio de la ciencia económica, el sistema y los subsistemas económicos, así como los métodos y técnicas que se utilizan en el análisis económico.
- Mide el nivel de la actividad en la economía global, identificar las relaciones de causalidad y efecto entre las variables económicas.
- Explica y caracteriza el rol del Estado, los agentes e instituciones en la economía, así como la importancia del sector externo como fuente de crecimiento y desarrollo nacionales.

V. DESARROLLA EL COMPONENTE DE:

Investigación (X)
Responsabilidad Social ( )

VI. LOGRO DE LA ASIGNATURA

Al finalizar la asignatura, el estudiante analiza con criterio los diferentes instrumentos macroeconómicos en su dimensión teórica y práctica, para entender en forma integral la ciencia económica teórica y práctica. Asimismo, establece su habilidad y racionalidad para entender y analizar los diferentes planteamientos, leyes y postulados macroeconómicos a nivel básico.

VII. PROGRAMACIÓN DE CONTENIDOS

UNIDAD I:	**VARIABLES AGREGADAS, MEDICIONES DEL PBI**
LOGRO DE APRENDIZAJE: Al finalizar la unidad, el estudiante comprende el sistema de cuentas nacionales y la medición de las principales variables agregadas de la economía desde las perspectivas de producción, gasto e ingreso. Asimismo, distingue los agregados macroeconómicos esenciales (PBI, PNI, PNB y Renta Nacional), aplica métodos de cálculo del PBI, analiza los ciclos económicos y reconoce sus limitaciones, así como el aporte de las cuentas satélite medioambientales al bienestar y la sostenibilidad.	
Semana	**Contenido**
1	**Las cuentas nacionales** - La actividad económica y la Contabilidad Nacional - La medición del Producto Nacional y del flujo circular de la actividad económica - El producto Nacional desde la perspectiva de la producción - El producto Nacional desde la perspectiva del gasto - El producto Nacional desde la perspectiva de la renta
2	**Las principales cuentas nacionales** - El Producto Interno Bruto (PBI) y Producto Neto Interno (PNI) - El Producto Nacional Bruto (PNB) y el producto Bruto Interno (PBI) - La Renta Nacional - La renta y la riqueza nacional - El PBI y los ciclos económicos - Las cuentas satélite medioambientales **PRÁCTICA 1**
3	**El Producto Bruto Interno (PBI)** - Conceptos fundamentales - Componentes del PBI - Métodos de cálculo del PBI - Crecimiento económico

UNIDAD II:	**TABLA INSUMO-PRODUCTO Y FLUJO CIRCULAR DE LA ECONOMÍA**
LOGRO DE APRENDIZAJE: Al finalizar la unidad, el estudiante comprende la interdependencia de los sectores productivos mediante la tabla insumo-producto, su estructura, clasificación sectorial y aplicaciones. Asimismo, analiza el flujo circular de la economía, identificando agentes, mercados y flujos reales y monetarios, e interpreta sus relaciones con el equilibrio y la actividad económica.	

Semana	Contenido
4	**Tabla insumo-producto** - Generalidades - Sectores económicos: primario, secundario y terciario. - Estructura de la matriz - Aplicaciones del modelo **PRÁCTICA 2**
5	**Flujo Circular de la Economía: Conceptos fundamentales** - Definición - Los Agentes Económicos - Los mercados - Tipos de flujos
6	**Los Agentes Económicos** - Hogares o familias. - Las empresas - El Gobierno - El sector externo
7	**Los mercados** - Mercado de bienes y servicios - Mercado de factores productivos - Mercado financiero **Tipos de flujos** - Real - Monetario
8	- **Semana de exámenes parciales**

UNIDAD III:	**EL ESTADO, EL SECTOR FINANCIERO Y EL SECTOR EXTERNO Y SUS INTERVENCIONES EN LA ECONOMÍA**
LOGRO DE APRENDIZAJE: Al finalizar la unidad, el estudiante comprende el rol del Estado, la política fiscal y el sistema financiero, incluyendo sus mercados, intermediarios y la política monetaria. Asimismo, interpreta la balanza de pagos, el tipo de cambio, el mercado de divisas y sus sistemas, y analiza la OMC, los bloques regionales y la integración económica en el contexto global.	
Semana	**Contenido**
9	**El Estado** - El rol del Estado en la economía - Funciones económicas del Estado - Política fiscal
10	**El Sector Financiero** - Concepto y estructura del sistema financiero - Mercado financiero y sus intermediarios - Política monetaria - El sistema financiero y su rol en el crecimiento económico **PRÁCTICA 3**
11	**El sector exterior. La balanza de pagos y el tipo de cambio** - La balanza de pagos - El tipo de cambio **El mercado de divisas** - La demanda y oferta de divisas - Los sistemas de tipos de cambio flexibles con intervención. Flotación sucia - Sistemas de tipos de cambio fijos

	La organización Mundial del Comercio - La Organización Mundial del Comercio (OMC) y bloques regionales de comercio - Área de libre comercio, unión aduanera y mercado común
12	- La organización de la economía supranacional: la Unión Europea - La Unión Económica y Monetaria

UNIDAD IV:	**LA TEORÍA DE LA INFLACIÓN Y CICLOS ECONÓMICOS; CRECIMIENTO Y DESARROLLO ECONÓMICO.**
LOGRO DE APRENDIZAJE: Al finalizar la unidad, el estudiante conoce los fundamentales para abordar temas macroeconómicos para afrontar la solución de problemas más integrales, referidos a las relaciones del país con el resto del mundo, aun en situaciones de crisis y las formas de salir generando un proceso de crecimiento y desarrollo.	
Semana	**Contenido**
13	**Inflación, Crisis y Ciclos Económicos** - Inflación, tipos de inflación. - Crisis económicas, causas, periodicidad. **PRÁCTICA 4**
14	**Los Ciclos Económicos** - Ciclos económicos: Fases. - Clases de ciclos económicos: Duración e Interpretación. - Manejo de las empresas en situación de crisis.
15	**El Crecimiento Económico y el desarrollo** - Crecimiento Económico. Teorías explicativas. - El desarrollo y el sub. –desarrollo Económico. - Posibles estrategias para salir del sub. – Desarrollo
16	**Semana de Exámenes Finales**
17	**EVALUACIÓN SUSTITUTORIA**

VIII. ESTRATEGIAS DIDÁCTICAS

- Exposición de diapositivas explicativas
- Trabajo: Exposiciones asignadas
- Trabajo: Investigación Bibliográfica formativa
- Debate grupal de casos actuales

IX. EVALUACIÓN

UNIDAD	TIPOS DE EVALUACIÓN	PESOS
I	Práctica Calificada (01)	10%
II	Práctica Calificada (02)	10%
	Examen Parcial	20%
III	Práctica Calificada (03)	10%
IV	Práctica Calificada (04)	10%
	Examen Final	30%
	Trabajo Práctico	10%

X. RECURSOS

- Equipos: computadora, laptop, Tablet, celular
- Materiales: apuntes de clase del Docente, separatas de problemas, lecturas, videos.

Rúbricas del curso:

UNIDAD I:	**VARIABLES AGREGADAS, MEDICIONES DEL PBI**			
Criterio	Conocimiento del marco teórico	Aplicación de procedimiento	Análisis y aplicación practica	Soluciones creativas a la casuística
Valor				

UNIDAD II:	**TABLA INSUMO-PRODUCTO Y FLUJO CIRCULAR DE LA ECONOMÍA**			
Criterio	Conocimiento del marco teórico	Aplicación de procedimiento	Análisis y aplicación practica	Soluciones creativas a la casuística
Valor				

UNIDAD III:	**EL ESTADO, EL SECTOR FINANCIERO Y EL SECTOR EXTERNO Y SUS INTERVENCIONES EN LA ECONOMÍA**			
Criterio	Conocimiento del marco teórico	Aplicación de procedimiento	Análisis y aplicación practica	Soluciones creativas a la casuística
Valor				

UNIDAD IV:	**LA TEORÍA DE LA INFLACIÓN Y CICLOS ECONÓMICOS; CRECIMIENTO Y DESARROLLO ECONÓMICO.**			
Criterio	Conocimiento del marco teórico	Aplicación de procedimiento	Análisis y aplicación practica	Soluciones creativas a la casuística
Valor				

XI. REFERENCIAS

- Case, K. E., & Fair, R. C. (1993). *Fundamentos de economía* (2.ª ed.). Prentice Hall Hispanoamericana.
- Krugman, P. R., Wells, R., & Graddy, K. (2014). *Fundamentos de economía* (3.ª ed.). Editorial Reverté.
- Mankiw, N. G. (2012). *Principios de economía* (6.ª ed.). Cengage Learning.
- Mochón, F. (2009). *Economía: Teoría y política* (6.ª ed.). McGraw-Hill.
- Parkin, M. (2018). *Economía* (12.ª ed.). Pearson Educación.
- Pérez, A., Castejón, R., Méndez, E., & Martínez, J. L. (2014). *Introducción a la macroeconomía* (3.ª ed.). Pearson Educación.
- Samuelson, P. A., & Nordhaus, W. D. (2009). *Economía: Con aplicaciones a Latinoamérica*. McGraw-Hill.
- Wonnacott, P., & Wonnacott, R. (2001). *Economía* (4.ª ed.). McGraw-Hill.

Surco, agosto 2026.



FACULTAD DE CIENCIAS ECONÓMICAS Y EMPRESARIALES
ESCUELA PROFESIONAL DE ADMINISTRACIÓN Y GERENCIA
SILABO

I. DATOS ADMINISTRATIVOS

1. Asignatura : Matemática II
2. Código : BC - 0213
3. Condición : Obligatoria
4. Requisito : Matemáticas
5. Nro. de créditos : 03
6. Nro. de horas teóricas : Cuatro (04) (Teóricas 02 / Práctica 02)
7. Semestre académico : 2026-II
8. Docente :
   Correo electrónico :

II. SUMILLA

Asignatura teórico-práctica, de carácter obligatorio y común de las carreras de Administración y Gerencia, Administración de Negocios Globales, Contabilidad y Finanzas, Economía y Marketing Global y Administración Comercial de la FACEE, que pertenece al área de estudios profesionales específicos y aporta al logro de la competencia específica que comprende teorías y modelos de las ciencias económicas y empresariales para tomar decisiones y desarrollar emprendimientos eficaces e innovadores con responsabilidad social. La asignatura tiene como propósito que el estudiante aplique las bases del cálculo y de optimización estática. Los contenidos que aborda la asignatura son: límites y continuidad de una función; cálculo diferencial; aplicación del cálculo diferencial e introducción al cálculo integral; cálculo integral y sus aplicaciones.

III. COMPETENCIAS

III.1. COMPETENCIAS GENÉRICAS A LAS QUE CONTRIBUYE LA ASIGNATURA

- Investigación científica y tecnológica
- Pensamiento crítico y compartido.
- Comportamiento ético

III.2. COMPETENCIAS ESPECÍFICAS A LAS QUE TRIBUTA LA ASIGNATURA

- Gestión de Operaciones y Logística global (Gerencia estratégica y operativa)
- Gestión administrativa, contable y financiera global. (Gestión de proyectos empresariales)

IV. DESARROLLA EL COMPONENTE DE

Investigación formativa ( )
Responsabilidad social ( )

V. LOGRO DE ASIGNATURA

– Aplica los conceptos del cálculo diferencial e integral en los problemas de especialidad demostrando perseverancia y trabajo en equipo

VI. PROGRAMACIÓN DE CONTENIDOS

UNIDAD I: LÍMITES Y CONTINUIDAD

LOGRO: Define e interpreta el concepto de límite de una función real de variable real en un punto. Calcula los límites algebraicos. Utiliza límites laterales para determinar la existencia o no del límite de una función en un punto. Calcula límites en el infinito. Determina las asíntotas horizontales, verticales y oblicuas y las representa geométricamente. Determina la continuidad de una función en un punto y en un intervalo y clasifica las discontinuidades valorando los conceptos para su posterior uso.

SEMANA	CONTENIDOS	PRODUCTOS
1	- Concepto de límite, interpretación geométrica del límite. - Teoremas para el cálculo de límites indeterminados.	Exposición dialogada Uso de los PPT
2	- Límites laterales, interpretación intuitiva, límites al infinito, ejemplos y aplicaciones. - Limites Neperianos Asíntotas verticales y horizontales	Aplicación de la guía de ejercicios Uso de software derive
3	- Continuidad en un punto: Interpretación geométrica.	Uso del software matemático derive para resolver limites
4	- Discontinuidad: Tipos de discontinuidad. Continuidad en un intervalo.	Explicación del concepto de continuidad para resolver problemas de aplicación

UNIDAD II: CÁLCULO DIFERENCIAL

LOGRO: Explica el concepto de derivada, interpreta la derivada geométricamente. Calcula la derivada de una función utilizando diversas reglas de derivación. Relaciona los conceptos de continuidad y derivabilidad de una función en un punto.

SEMANAS	CONTENIDOS	PRODUCTOS
5	- Derivada de una función en un punto. Definición. Interpretación geométrica. - Propiedades: Derivada de la suma y diferencia de funciones. Derivada de un producto y un cociente de funciones.	Resolución de problemas de derivadas aplicando a situaciones de la administración y los negocios Aplicación de la guía de ejercicios
6	- Derivada de la función compuesta (Regla de la cadena). - Derivada de una función Logarítmica y exponencial.	A través de la práctica resuelve derivada de la función compuesta (Regla de la cadena). Aplicar fórmulas para derivar una función Logarítmica y exponencial Uso de software derive.
7	- Derivadas de orden superior. Derivación implícita. Derivadas laterales. - Diferenciabilidad y continuidad Aplicaciones de la derivada: Derivada como tasa de cambio (marginalidad)	Usar la teoría para determinar Derivadas de orden superior. Derivación implícita. Derivadas laterales aplicando a situaciones problemáticas de su carrera profesional. Uso de software derive

8	**EVALUACIÓN PARCIAL**

UNIDAD III: APLICACIÓN DEL CÁLCULO DIFERENCIAL

LOGRO: Aplica los conceptos del cálculo diferencial para graficar funciones. Aplica los conceptos del cálculo diferencial para la solución de problemas de optimización tales como el mínimo costo, máximo ingreso y máxima utilidad.

SEMANAS	CONTENIDOS	PRODUCTOS
9	- Trazado de curvas: Máximos y Mínimos. Criterio de la Primera derivada. Problemas de optimización: Aplicaciones. Elasticidad	Resuelve problemas aplicados a su carrera profesional sobre Máximos y Mínimos. Criterio de la Primera derivada. Aplicación de ejercicios de la Guía de prácticas
10	- Regla de L´hospital. Diferenciales: Interpretación geométrica. - Propiedades. Aplicaciones	Resuelve problemas aplicando Regla de L´hospital. Diferenciales. Uso de software derive

UNIDAD IV: CÁLCULO INTEGRAL Y SUS APLICACIONES

LOGRO: Describe la antiderivada de una función y la interpreta como la operación inversa de la derivada. Determina el área de regiones planas. Calcula antiderivadas. Integrales indefinidas en forma directa o con un cambio de variable elemental. Aplica el Teorema Fundamental del Cálculo (partes I y II). Reconoce una ecuación diferencial y lo aplica en la solución de problemas.

SEMANAS	CONTENIDOS	METODOLOGÍA (Métodos, técnicas, procedimientos)
11	- Integral indefinida como proceso inverso a la derivación. Propiedades. Ejercicios. Fórmulas para integración inmediata, método del cambio de variable. Ejemplos.	Explicar la antiderivada y la integral indefinida. Uso del software derive Aplicación de ejercicios de la Guía de práctica
12	- Fórmulas de Integración por partes. Integración por fracciones parciales. - Problemas económicos: Conociendo las relaciones marginales encontrar la función costo, ingreso y utilidad.	Aplica los métodos de integración para la solución de ejercicios de integrales Uso de software derive.
13	- Integral definida de funciones reales apoyadas en el teorema fundamental del cálculo.	Explicación del teorema fundamental del cálculo para calcular la integral definida. Aplicación de ejercicios de la Guía de prácticas
14	- Área de una región en sus diferentes modalidades haciendo el uso de integrales definidas	Explicar cómo la integral calcula el área de cualquier región Uso de software derive

15	- Problemas aplicados a su carrera profesional sobre excedente de productor y consumidor, identifica las integrales impropias	Aplicar el cálculo integral en la solución de problemas de su carrera Aplicación de ejercicios de la Guía de prácticas
16	**EVALUACIÓN FINAL**	
17	**EVALUACIÓN SUSTITUTORIA**	

VII. ESTRATEGIAS DIDÁCTICAS

- Estudio de casos
- Exposición dialogada
- ABP (Aprendizaje basado en problemas)

VIII. RECURSOS

- Multimedia
- Presentación de PPT
- Guías de practicas
- Uso de software matemático DERIVE

IX. EVALUACIÓN

7.1 En la parte Teórica

Evaluación permanente como resultado de sus intervenciones orales, trabajos grupales, examen parcial y final.

7.2 En la parte practica

Evaluación de prácticas calificadas

El promedio final se obtiene de la siguiente manera

- Promedio de la teoría 2/3
- Promedio de la practica 1/3
- Si E_1 y E_2 son los exámenes parcial y final P_1 , P_2 , P_3 y P_4 son las practicas calificadas; de las notas que comprende P_1 , P_2 , P_3 y P_4 se elimina la menor nota entonces la nota final es

$$N_F = \frac{E_1 + E_2 + (\frac{P_1 + P_2 + P_3 + P_4}{3})}{3}$$

Podrán rendir examen sustitutorio sobre todo el contenido del curso los estudiantes desaprobados siempre que tengan un promedio final igual o mayor de siete (07) y/o el promedio de prácticas sea mayor o igual a 07; sólo reemplazará al examen parcial o final. Esta disposición también se aplicará al caso en que el alumno, por algún motivo, no hubiera rendido examen parcial o examen final. La nota de la evaluación sustitutoria reemplazará la nota no rendida por el alumno.

La evaluación del curso se hará a lo largo de todo el ciclo según el cronograma siguiente:

PRACTICAS CALIFICADAS	**SEMANA DE EVALUACION**
- Laboratorio Nº01	Semana 4
- Laboratorio Nº02	Semana 7
- Laboratorio Nº03	Semana 12

- Laboratorio Nº04 Semana 15

EXAMENES PARCIALES **SEMANA DE EVALUACION**

- Examen Parcial Semana 8
- Examen Final Semana 16
- Examen Sustitutorio Semana 17

De acuerdo al artículo 53º del estatuto de la Universidad, el alumno pierde el derecho a seguir siendo evaluado, a partir de la fecha en que acumula el 30% o más de inasistencias a clases.

Unidad	Evidencias / Productos	Criterios de evaluación	Instrumentos	Ponderación
I Límites y continuidad	Resolución de guía de ejercicios sobre límites, límites laterales, límites al infinito, asíntotas y continuidad. Laboratorio/Práctica calificada N.° 01. Uso de software matemático DERIVE.	Calcula correctamente límites algebraicos e indeterminados. Interpreta límites laterales y límites al infinito. Determina asíntotas verticales, horizontales y oblicuas. Analiza la continuidad de funciones y clasifica discontinuidades. Presenta procedimientos ordenados y justificados.	Guía de práctica. Práctica calificada N.° 01. Lista de cotejo o rúbrica de resolución de problemas. Observación de participación en clase.	15%
II Cálculo diferencial	Resolución de problemas de derivadas aplicadas a situaciones de administración y negocios. Laboratorio/Práctica calificada N.° 02. Examen parcial.	Aplica correctamente la definición y reglas de derivación. Interpreta geométricamente la derivada. Calcula derivadas de funciones algebraicas, exponenciales, logarítmicas, compuestas e implícitas. Relaciona derivabilidad y continuidad. Resuelve problemas de tasa de cambio y marginalidad.	Guía de práctica. Práctica calificada N.° 02. Examen parcial. Rúbrica de resolución de problemas.	25%
III: Aplicación del cálculo diferencial	Resolución de problemas de máximos y mínimos, optimización, elasticidad, regla de L'Hospital y diferenciales. Laboratorio/Práctica calificada N.° 03.	Aplica la primera derivada para analizar crecimiento, decrecimiento, máximos y mínimos. Resuelve problemas de optimización vinculados con mínimo costo, máximo ingreso y máxima utilidad. Aplica correctamente la regla de L'Hospital y diferenciales. Interpreta los resultados en contextos empresariales.	Guía de práctica. Práctica calificada N.° 03. Rúbrica de problemas aplicados. Uso de software DERIVE.	25%
IV: Cálculo integral y sus aplicaciones	Resolución de ejercicios de integrales indefinidas y definidas. Problemas aplicados a costo, ingreso, utilidad, áreas, excedente del consumidor y productor. Laboratorio/Práctica calificada N.° 04. Examen final.	Calcula antiderivadas e integrales usando métodos básicos, cambio de variable, integración por partes y fracciones parciales. Aplica el Teorema Fundamental del Cálculo. Calcula áreas mediante integrales definidas. Resuelve problemas económicos a partir de funciones marginales. Interpreta adecuadamente resultados aplicados a la carrera.	Guía de práctica. Práctica calificada N.° 04. Examen final. Rúbrica de resolución de problemas.	35%

La evaluación será permanente, formativa y sumativa, considerando la participación del estudiante, la

resolución de problemas, el uso de software matemático, las prácticas calificadas y los exámenes parcial y final. Los criterios valoran la comprensión conceptual, la aplicación correcta de procedimientos matemáticos, la interpretación de resultados y la resolución de problemas vinculados con la administración y los negocios.

X. REFERENCIAS

- Arya, J. C., & Lardner, R. W. (2009). *Matemáticas aplicadas a la administración y a la economía*. Pearson Educación.
- Budnick, F. S. (2007). *Matemáticas aplicadas para administración, economía y ciencias sociales*. McGraw-Hill.
- Chiang, A. C. (2005). *Fundamental methods of mathematical economics*. McGraw-Hill/Irwin.
- Draper, J. E., & Klingman, J. (2005). *Matemáticas para la administración y economía*. Harla.
- Haeussler, E. F., & Paul, R. S. (2006). *Matemáticas para administración y economía*. Pearson Prentice Hall.
- Harshbarger, R. J., & Reynolds, J. J. (2005). *Matemáticas aplicadas a la administración, economía y ciencias sociales* (7.ª ed.). McGraw-Hill.
- Hoffmann, L. D., Bradley, G. L., & Rosen, K. H. (2006). *Cálculo aplicado: Para administración, economía y ciencias sociales* (8.ª ed.). McGraw-Hill.
- Lial, M. L., & Hungerford, T. W. (2000). *Matemáticas para administración y economía en las ciencias sociales, naturales y de administración* (7.ª ed.). Pearson Educación.
- Stewart, J. (2008). *Cálculo de una variable: Trascendentes tempranas* (6.ª ed.). Cengage Learning.

Surco, agosto 2026.

FACULTAD DE CIENCIAS ECONÓMICAS Y EMPRESARIALES
ESCUELA PROFESIONAL DE ADMINISTRACIÓN Y GERENCIA
SILABO

I. DATOS ADMINISTRATIVOS.

1. Asignatura : Planeamiento Estratégico
2. Código : BC 0312
3. Condición : Obligatorio
5. Requisito(s) : Procesos Gerenciales y Diseños Organizacionales
6. Número de créditos : 3
7. Número de horas : 2 de teoría y 2 de práctica
8. Semestre académico : 2026 II
9. Docente(s) :
   Correo institucional :

II. SUMILLA.

Asignatura teórico-práctica de carácter obligatorio y común de las carreras de Administración y Gerencia, Administración de Negocios Globales, Contabilidad y Finanzas, Economía y Marketing Global y Administración Comercial de la FACEE, que pertenece al área de estudios profesionales específicos y aporta al logro de la competencia específica comprende teorías y modelos de las ciencias económicas y empresariales para tomar decisiones y desarrollar emprendimientos eficaces e innovadores con responsabilidad social. La asignatura tiene como propósito que el estudiante aplique la planificación estratégica en las organizaciones públicas y privadas a nivel local y global. Los contenidos que aborda la asignatura son: la planeación estratégica en los entornos locales y globales; el pensamiento y la auditoría estratégica de las organizaciones; las estrategias organizacionales; el control estratégico bajo un contexto de responsabilidad social.

III. COMPETENCIAS

III.1. COMPETENCIAS GENÉRICAS A LAS QUE CONTRIBUYE LA ASIGNATURA

Son competencias genéricas de la presente asignatura las siguientes:

1. Capacidad de abstracción, análisis y síntesis.
2. Conocimiento sobre el área de estudio y profesión.
3. Capacidad de aplicar los conocimientos en la práctica.
4. Capacidad para trabajar en equipo.
5. Responsabilidad social y compromiso ciudadano.

III.2. COMPETENCIAS ESPECÍFICAS A LAS QUE CONTRIBUYE LA ASIGNATURA

Las competencias específicas centrales del presente curso son:

1. Desarrollar el planeamiento estratégico, táctico y operativo de las organizaciones, utilizando los componentes del proceso administrativo de manera alineada al logro de los objetivos organizacionales; en el marco de una percepción sistematizada.
2. Identificar las interrelaciones funcionales para diseñar estructuras

organizacionales orientadas al desarrollo y alcance de las metas estratégicas de la organización; considerando el criterio de utilización más eficiente de los medios de la empresa.

3. Aporta al logro de la competencia específica que comprende teorías y modelos de las ciencias económicas y empresariales para tomar decisiones y desarrollar emprendimientos eficaces e innovadores con responsabilidad social.

IV. DESARROLLA EL COMPONENTE DE

Investigación Formativa ( )
Responsabilidad Social (X)

V. LOGRO DE LA ASIGNATURA

Identificar el nuevo enfoque del Plan Estratégico y los procedimientos principales y claves para la consecución de objetivos y metas; considerando los factores del entorno y sus repercusiones en el planeamiento y los programas a desarrollarse en la empresa, en base al estudio de las matrices de negocios y análisis del entorno, para mejorar las decisiones.

VI. PROGRAMACIÓN DE CONTENIDOS

UNIDAD I	**LA PLANEACIÓN ESTRATÉGICA EN LOS ENTORNOS LOCALES Y GLOBALES**	
LOGRO	Al concluir la unidad el alumno estará capacitado para analizar e identificar las diferentes tendencias de los factores del entorno nacional y global que inciden en el proceso de la planeación estratégica empresarial.	
SEMANAS	**CONTENIDOS**	**METODOLOGÍA**
1 - 4	1. La planeación 1.1. Marco teórico del planeamiento 1.2. La Gerencia Estratégica 1.3. La Toma de Decisiones Estratégica 1.4. El entorno estratégico 1.4.1. El riesgo estratégico 1.4.2. La incertidumbre estratégica 2. El planeamiento estratégico 2.1. Naturaleza y características 2.2. El proceso de la Planeación Estratégica	- Discusión individual o grupal de casos. - Investigación bibliográfica o por Internet

UNIDAD II	**EL PENSAMIENTO Y LA AUDITORÍA ESTRATÉGICA DE LAS ORGANIZACIONES**	
LOGRO	Conocer la importancia y la metodología para plantear el Pensamiento Estratégico y las bases del proceso de la auditoria estratégica la cual incluye: la Visión, Misión y los Valores empresariales además de los objetivos generales.	
SEMANAS	**CONTENIDOS**	**METODOLOGÍA**
5- 8	3. El Pensamiento Estratégico 3.1. La Visión Estratégica 3.1.1. Concepto, características, establecimiento e implicancias en la	- Discusión individual o grupal de casos - Investigación bibliográfica o por

	empresa 3.1.2. Pasos para desarrollar la visión 3.1.3. Clases de visión 3.2. La Misión Estratégica 3.2.1. Objetivo, elementos, formulación e importancia de la misión 3.2.2. Pasos para redactar la misión 3.2.3. Modelos de misión 3.3. Los valores estratégicos. 3.3.1. Fundamentos 3.3.2. Formación y funciones de los 3.3.3. Valores 3.3.4. Los valores empresariales. 3.3.5. Clasificación 3.3.6. Características y propósitos de los valores 3.3.7. La ética aplicada a las organizaciones 3.3.8. Estrategias para la implementación de valores 3.3.9. Auditoria Estratégica	Internet. - Lecturas dirigidas y constatación calificada de lecturas.

UNIDAD III	**LAS ESTRATEGIAS ORGANIZACIONALES**	
LOGRO:	Conocer y evaluar los factores del ambiente externo y comprender como influyen éstos en la empresa. Conocer y evaluar los factores del ambiente interno y reconocer como influyen éstos en la empresa.	
SEMANAS	**CONTENIDOS**	**METODOLOGÍA**
9- 12	4. La formulación de estrategias organizacionales 4.1. La Auditoría del Entorno Externo 4.1.1. Factores del Entorno Externo 4.1.2. La Matriz de Evaluación de Factores Externos (EFE) 4.2. La Auditoría del Entorno Competitivo 4.2.1. Factores del Entorno Competitivo: 4.2.2. Modelo de la Rivalidad Ampliada de Porter 4.2.3. La Matriz de Posición Competitiva (MPC) 4. La Auditoría del Entorno Interno 4.3. Factores del Entorno Interno 4.3.1. Modelo de la Cadena del Valor de Porter 5.3.2. La Matriz de Evaluación de los Factores Internos (EFI) 5. La matriz DAFO 5.1. Concepto 5.2. Estructura 5.3. Estrategias DAFO	- Discusión individual o grupal de casos. - Investigación bibliográfica o por Internet. - Lecturas dirigidas y constatación calificada de lecturas.

UNIDAD IV	EL CONTROL ESTRATÉGICO BAJO UN CONTEXTO DE RESPONSABILIDAD SOCIAL.	
LOGRO	Comprender la importancia y metodología para la Formulación de objetivos y metas empresariales. Reconocer los diversos tipos y clases de estrategias y su utilización para mejorar la posición competitiva de la empresa. Desarrollar los mecanismos básicos del control estratégico.	
SEMANAS	**CONTENIDOS**	**METODOLOGÍA**
13 y 16	6. Los objetivos organizacionales 6.1. Concepto, importancia, características, clasificación 6.2. Tipos de objetivos 7. Las Estrategias organizacionales 7.1. Conceptos generales, importancia, características 7.2. clases y niveles de estrategias. 7.3. Matrices Estratégicas 7.3.1. Matrices Peyea 7.3.2. Boston Consulting Group 7.3.3. Interno y Externa 7.3.4. Gran Estrategia Principal y Planificación Cuantitativa 7.3.5. Planeación Estratégica un enfoque hacia la Responsabilidad Social	- Discusión individual o grupal de casos. - Investigación bibliográfica o por Internet. - Lecturas dirigidas y constatación calificada de lecturas.

VII. ESTRATEGIAS DIDÁCTICAS

En el desarrollo del presente curso, alineados con las competencias buscadas y adecuados al sistema de enseñanza virtual, a los contenidos del silabo se aplicarán los siguientes instrumentos didácticos:

1. Aprendizaje Basado en Tecnologías Informáticas de Cómputo (TIC).
2. Casuística Aplicada.
3. Aprendizaje Basado en Problemas (ABP)
4. Investigación Formativa.
5. Asistencia, Participación y Trabajo en equipo.
6. Lecturas aplicadas.

VIII. RECURSOS

Para el desarrollo del presente curso se requerirá el uso de los siguientes recursos:

1. Aula Virtual,
2. Whatsapp
3. Excel
4. PowerPoint
5. Softwares específicos,
6. Real Statistic y Megastat.
7. Videos

IX. EVALUACIÓN

El sistema de evaluación establecida para el curso es continua. Consta de 5 evaluaciones de las cuales se anula 1 de ellas.

Promedio Final = (CAS01 + CAS02 + CAS03 + CAS 04 + CAS05)/4

La estructura de evaluación se da en 4 unidades formativas considerando la estructura de competencias que se presenta a continuación.

COMPETENCIAS	INSTRUMENTOS/CONTENIDOS	PORCENTAJE
Actitud	- Asistencia, puntualidad y trabajo en equipo	10%
Conocimiento	- Participación en clase - Prácticas expositivas en PPT - Lecturas especializadas	20%
Procedimientos	- Análisis de Casos - Mapas conceptuales - Debates	40%
Investigación Aplicada	- Investigaciones basadas en casos reales - Investigación especializada	30%

Rúbricas del curso:

UNIDAD I:	**LA PLANEACIÓN ESTRATÉGICA EN LOS ENTORNOS LOCALES Y GLOBALES**			
Criterio	Conocimiento del marco teórico	Aplicación de procedimiento	Análisis y aplicación practica	Soluciones creativas a la casuística
Valor				

UNIDAD II:	**EL PENSAMIENTO Y LA AUDITORÍA ESTRATÉGICA DE LAS ORGANIZACIONES**			
Criterio	Conocimiento del marco teórico	Aplicación de procedimiento	Análisis y aplicación practica	Soluciones creativas a la casuística
Valor				

UNIDAD III:	**LAS ESTRATEGIAS ORGANIZACIONALES**			
Criterio	Conocimiento del marco teórico	Aplicación de procedimiento	Análisis y aplicación practica	Soluciones creativas a la casuística
Valor				

UNIDAD IV:	GESTIÓN ADMINISTRATIVA PÚBLICA Y PRIVADA DENTRO DE UN MARCO DE CONDUCTAS ÉTICAS Y SOCIALMENTE RESPONSABLES			
Criterio	Conocimiento del marco teórico	Aplicación de procedimiento	Análisis y aplicación practica	Soluciones creativas a la casuística
Valor				

X. REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS.

- Barreto, H. J. (2002). *Planeamiento estratégico sistémico: Una herramienta eficaz para enfrentar el cambio*. San Marcos.
- Carrión, J. (2007). *Estrategia: De la visión a la acción* (2.ª ed.). ESIC Editorial.
- Chiavenato, I. (2002). *Administración en los nuevos tiempos*. McGraw-Hill.
- David, F. R. (2008). *Conceptos de administración estratégica* (11.ª ed.). Pearson Educación.
- Franco, P. (2013). *Planes de negocios: Una metodología alternativa* (3.ª ed.). Universidad del Pacífico.
- Rodríguez, J. (2005). *Cómo aplicar la planeación estratégica a la pequeña y mediana empresa* (5.ª ed.). Thomson.
- Steiner, G. A. (1983). *Planeación estratégica: Lo que todo director debe saber* (23.ª ed.). CECSA.
- Valeriano, L. F. (2002). *Planeamiento empresarial*. San Marcos.

Surco, agosto 2026.

FACULTAD DE CIENCIAS ECONÓMICAS Y EMPRESARIALES
ESCUELA PROFESIONAL DE ADMINISTRACIÓN Y GERENCIA
SILABO

I. DATOS ADMINISTRATIVOS

1. Asignatura : Contabilidad
2. Código : AG 0404
3. Naturaleza : Práctico
4. Condición : Obligatorio
5. Requisito : Ninguno
6. Número de Créditos : 02
7. Número de Horas : Práctica 4
8. Semestre Académico : 2026 II
9. Profesores :
   Correo Institucional :

II. SUMILLA

Asignatura teórico-práctica que pertenece al área de Estudios Profesionales de carrera y aporta al logro de la competencia específica que sienta las bases para Interpretar la información contable y financiera para la eficiente toma de decisiones gerenciales que permitan generar el desarrollo sostenible de las operaciones, en un contexto integral de alineamiento estratégico a la visión corporativa en diferentes tipos de organizaciones, utilizando un amplio conocimiento de las componentes económicas y sociales, para asegurar el crecimiento sostenible de las operaciones de las empresas buscando de manera permanente el incremento del valor organizacional a través de la adecuada toma de decisiones financieras y gerenciales. El logro fundamental del curso busca desarrollar el conocimiento de los instrumentos de la contabilidad y su aplicación a la gestión administrativa de las organizaciones. Entre sus contenidos temáticos básicos tenemos los siguientes: La contabilidad y sus principios y normas, los registros contables, y ABC, Análisis de Variaciones y Presupuesto Maestro.

III. COMPETENCIAS DEL CURSO

III.1. COMPETENCIAS GENÉRICAS QUE CONTRIBUYEN LA ASIGNATURA

Son competencias genéricas de la presente asignatura las siguientes:

1. Conocimiento sobre el área de estudio y profesión
2. Capacidad de aplicar los conocimientos en la práctica
3. Capacidad crítica y autocrítica

III.2. COMPETENCIAS ESPECÍFICAS A LAS QUE CONTRIBUYE LA ASIGNATURA

Al finalizar la asignatura, los estudiantes podrán:

1. Interpretar la información contable y financiera para la eficiente toma de decisiones gerenciales que permitan generar el desarrollo sostenible de las operaciones, en un contexto integral de alineamiento estratégico a la visión corporativa.
2. Usa la información de costos y contable para desarrollar el proceso de planeamiento, control presupuestal y la toma de decisiones gerenciales. Considerando los principios contables y de planeamiento competitivo.

IV. DESARROLLA EL COMPONENTE DE:

Investigación ( )
Responsabilidad Social (X)

Esta asignatura forma parte del sistema de evaluación de la investigación formativa.

V. LOGRO DE ASIGNATURA

El alumno al final del curso podrá elaborar Balances Generales y Estados de Resultados de la contabilidad con los cuales se puedan tomar decisiones de un negocio.

VI. PROGRAMACIÓN DE CONTENIDOS

UNIDAD I	**LA CONTABILIDAD Y SUS PRINCIPIOS Y NORMAS**	
LOGRO	Adquirir conocimientos sobre la importancia de la contabilidad en cualquier organización social, así como de sus objetivos, los principios terminología generalmente aceptados que utiliza.	
SEMANAS	**CONTENIDOS**	**METODOLOGIA**
1 - 2	1. Fundamentos de la contabilidad 1.1. Concepto de contabilidad 1.2. Fines, objetivos e importancia 1.3. Funciones de la contabilidad 1.4. Campo de aplicación 2. Principios y normas contables 2.1. Concepto e importancia de los principios contables 2.2. Principios y postulados de contabilidad generalmente aceptados 2.3. Normas contables vigentes y marco conceptual 2.4. Características cualitativas de la información financiera 3. La empresa y su relación con la contabilidad 3.1. La contabilidad financiera en la empresa 3.2. La contabilidad gerencial en la empresa 3.3. La contabilidad y la toma de decisiones En la empresa	- Lectura dirigida y comentada del Material del curso y motivación sobre la utilidad de la asignatura para la formación del Licenciado en Administración. - Motivación, lectura comentada y explicación - Trabajo en pequeños grupos sobre la constitución de una Empresa.

UNIDAD II	**LOS REGISTROS CONTABLES**	
LOGRO	Al finalizar la unidad, el estudiante será capaz de comprender el proceso y ciclo contable, identificar y clasificar las cuentas, aplicar la ecuación contable y el principio de partida doble, analizar operaciones económicas y elaborar asientos contables relacionados con el balance general y el estado de resultados, reconociendo su relación con la preparación y registro de los estados financieros.	
SEMANAS	**CONTENIDOS**	**METODOLOGIA**

3 - 9	4. Fundamentos del proceso contable 4.1. Concepto, objetivos e importancia del proceso contable 4.2. El ciclo contable 4.3. Tipos de operaciones y transacciones Económicas 5. La cuenta y la partida doble 5.1. Concepto y elementos de la cuenta 5.2. Clasificación de las cuentas 5.3. Naturaleza deudora y acreedora 5.4. Débitos y créditos 5.5. Principio de partida doble 5.6. Ecuación contable y su relación con las cuentas 5.7. Aplicación de la partida doble 6. Elaboración de asientos contables 6.1. Los asientos contables 6.2. Asientos del Balance General 6.3. Asientos del Estado de Resultados 6.4. Los estados financieros y su registro	- Lectura dirigida y comentada, y explicación del Reglamento de Comprobantes de Pago. - Lectura dirigida y comentada, y explicación de la Ley de Títulos y Valores y sus modificatorias. **Trabajo grupal, practica** **Evaluación**

UNIDAD III	**SISTEMAS DE COSTOS ABC**	
LOGRO	Al finalizar la unidad, el estudiante será capaz de diseñar y aplicar el sistema de costos ABC, identificando recursos, actividades, objetos de costo e inductores, para asignar costos de manera precisa a productos, servicios o clientes, analizar su rentabilidad, comparar sus resultados con el costeo tradicional y apoyar la toma de decisiones gerenciales.	
SEMANAS	**CONTENIDOS**	**METODOLOGIA**
10 - 11	7. Fundamentos del sistema de costos ABC 7.1. Concepto, objetivos e importancia 7.2. Diferencias entre costos tradicionales y costos ABC 8. Elementos del sistema ABC 8.1. Actividades 8.2. Centros o agrupaciones de costos 8.3. Objetos de costo 8.5. Inductores de recursos e inductores de actividades 9. Diseño e implementación del sistema ABC 9.1. Identificación y clasificación de los recursos 9.2. Asignación de los costos a las actividades 9.3. Selección de los inductores de costo 9.4. Determinación de las tasas o tarifas de actividad 9.5. Asignación de los costos a los objetos de costo 10. Determinación del costo de productos y servicios 10.1. Comparación con el sistema de costos tradicional 10.2. Análisis de rentabilidad por producto, cliente o servicio	- Motivación, Lectura Comentada y Explicación sobre cuentas del Plan Contable General Empresarial. Práctica dirigida del manejo de cuentas. - Trabajo en pequeños Grupos, registrando transacciones en cuentas y la significación de las mismas. - **Examen parcial (Evaluación, practica)**

	10.3. Toma de decisiones basada en información ABC 11. Aplicaciones prácticas 11.1. Aplicación en empresas industriales 11.2. Aplicación en empresas comerciales y de servicios	

UNIDAD IV	ANÁLISIS DE VARIACIONES Y PRESUPUESTO MAESTRO	
LOGRO	Al finalizar la unidad, el estudiante será capaz de elaborar un presupuesto maestro, comparar los resultados reales con los presupuestados, calcular e interpretar variaciones de ingresos, costos y gastos, identificar sus causas y proponer acciones correctivas para fortalecer la planeación, el control y la toma de decisiones empresariales.	
SEMANAS	**CONTENIDOS**	**METODOLOGIA**
12 - 16	12. La contabilidad administrativa 12.1. Concepto, objetivos e importancia 12.2. Contabilidad financiera, administrativa y de costos 12.3. Planeación, control y toma de decisiones 1.4. Costos y gastos relevantes para la Toma de decisiones 13. Presupuesto maestro 13.1. Concepto, características y objetivos 13.2. Tipos de presupuestos 13.3. Proceso de elaboración del presupuesto maestro 14. Elaboración del presupuesto maestro 14.1. Presupuesto de ventas 14.2. Presupuesto de producción 14.3. Presupuesto de materiales directos 14.4. Presupuesto de mano de obra directa 14.5. Presupuesto de costos indirectos de fabricación 14.6. Presupuesto de gastos de operación 14.7. Estado de resultados presupuestado 14.8. Presupuesto de efectivo 15. Análisis de variaciones 15.1. Concepto, objetivos e importancia 15.2. Variaciones y su análisis 15.3. Variaciones de precio y cantidad 4.6. Variaciones de volumen, eficiencia y presupuesto	- Motivación y Explicación sobre los registros y libros de la Contabilidad. - Práctica dirigida del manejo de registros y libros contables. - Practica calificada o Trabajo en pequeños Grupos, registro de transacciones en registros y libros contables.

VII. ESTRATEGIAS DIDACTICAS

En el desarrollo del presente curso, alineados con las competencias buscadas y adecuados al sistema de enseñanza virtual, a los contenidos del silabo se aplicarán los siguientes instrumentos didácticos:

1. Aprendizaje Basado en Tecnologías Informáticas de Cómputo (TIC).
2. Casuística Aplicada.
3. Aprendizaje Basado en Problemas (ABP)
4. Investigación Formativa.
5. Asistencia, Participación y Trabajo en equipo.
6. Lecturas aplicadas.

VIII. RECURSOS:

Para el desarrollo del presente curso se requerirá el uso de los siguientes recursos:

1. Aula Virtual,
2. WhatsApp
3. Excel
4. PowerPoint
5. Softwares específicos,
6. Real Statistic y Megastat.
7. Videos

IX. EVALUACIÓN

El sistema de evaluación establecida por la universidad es continuo. Consta de 5 evaluaciones de las cuales se anula 1 de ellas.

La estructura de evaluación se da en 4 unidades formativas considerando la estructura de competencias que se presenta a continuación.

COMPETENCIAS	INSTRUMENTOS/CONTENIDOS	PORCENTAJE
Actitud	• Asistencia, puntualidad y trabajo en equipo	De acuerdo a las consideraciones del curso.
Conocimiento	• Participación en clase • Prácticas expositivas en PPT • Lecturas especializadas	
Procedimientos	• Análisis de Casos • Mapas conceptuales • Debates	
Investigación Aplicada	• **Investigaciones basadas en casos reales** • **Investigación especializada**	

Rúbricas del curso:

UNIDAD I:	LA CONTABILIDAD Y SUS PRINCIPIOS Y NORMAS			
Criterio	Conocimiento del marco teórico	Aplicación de procedimiento	Análisis y aplicación practica	Soluciones creativas a la casuística
Valor	**1.25 puntos**	**2.50 puntos**	**3.75 puntos**	**5.00 puntos**

UNIDAD II:	LOS REGISTROS CONTABLES			
Criterio	Conocimiento del marco teórico	Aplicación de procedimiento	Análisis y aplicación practica	Soluciones creativas a la casuística
Valor	**1.25 puntos**	**2.50 puntos**	**3.75 puntos**	**5.00 puntos**

UNIDAD III:	SISTEMAS DE COSTOS ABC			
Criterio	Conocimiento del marco teórico	Aplicación de procedimiento	Análisis y aplicación practica	Soluciones creativas a la casuística
Valor	**1.25 puntos**	**2.50 puntos**	**3.75 puntos**	**5.00 puntos**

UNIDAD IV:	ANÁLISIS DE VARIACIONES Y PRESUPUESTO MAESTRO			
Criterio	Conocimiento del marco teórico	Aplicación de procedimiento	Análisis y aplicación practica	Soluciones creativas a la casuística
Valor	**1.25 puntos**	**2.50 puntos**	**3.75 puntos**	**5.00 puntos**

X. REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- Horngren, C. T., Harrison, W. T., Oliver, M. S., Best, P., Fraser, D., Tan, R., & Teal, F. (2020). Accounting (12th ed.). Pearson.
- Libby, R., Libby, P. A., & Hodge, F. (2023). Financial accounting (11th ed.). McGraw Hill.
- Weygandt, J. J., Kimmel, P. D., & Kieso, D. E. (2022). Financial accounting (12th ed.). Wiley.
- Warren, C. S., Jones, J. P., & Tayler, W. B. (2023). Financial accounting (16th ed.). Cengage.
- Contabilidad de costos y sistema ABC
- Garrison, R. H., Noreen, E. W., & Brewer, P. C. (2021). Managerial accounting (17th ed.). McGraw Hill.
- Hilton, R. W., & Platt, D. E. (2020). Managerial accounting: Creating value in a dynamic business environment (12th ed.). McGraw Hill.
- Blocher, E. J., Stout, D. E., Juras, P. E., & Cokins, G. (2019). Cost management: A strategic emphasis (8th ed.). McGraw Hill.
- Kaplan, R. S., & Anderson, S. R. (2007). Time-driven activity-based costing: A simpler and more powerful path to higher profits. Harvard Business School Press.
- Contabilidad administrativa, presupuestos y variaciones
- Hansen, D. R., Mowen, M. M., & Liming, L. (2021). Cornerstones of cost management (4th ed.). Cengage.
- Drury, C. (2018). Management and cost accounting (10th ed.). Cengage.
- Atrill, P., & McLaney, E. (2019). Management accounting for decision makers (9th ed.). Pearson.
- Weygandt, J. J., Kimmel, P. D., & Kieso, D. E. (2020). Managerial accounting: Tools for business decision making (9th ed.). Wiley.
- Normas y marco contable
- IFRS Foundation. (2024). IFRS accounting standards: Required 2024. IFRS Foundation.
- International Accounting Standards Board. (2018). Conceptual framework for financial reporting. IFRS Foundation.
- Ministerio de Economía y Finanzas. (2019). Plan contable general empresarial. Gobierno del Perú.
- Ministerio de Economía y Finanzas. (2024). Normas internacionales de información financiera oficializadas en el Perú. Gobierno del Perú.

Surco, agosto 2026.

UNIVERSIDAD RICARDO PALMA

FACULTAD DE CIENCIAS ECONÓMICAS Y EMPRESARIALES
ESCUELA PROFESIONAL DE ADMINISTRACIÓN Y GERENCIA
SILABO

I. DATOS ADMINISTRATIVOS

1. Asignatura : Ética y Responsabilidad Social
2. Código : AG 0403
3. Condición : Obligatoria
4. Requisito (s) : Ninguno
5. Número de créditos : 3
6. Número de horas : 2 Teoría y 2 Práctica
7. Semestre Académico : 2026 II
8. Docente :
   Correo institucional :

II. SUMILLA

Asignatura teórico-práctica que pertenece al área de Estudios Profesionales Básicos y aporta al logro de la competencia específica que contribuye con la capacidad para desarrollar e identificar aspectos éticos y culturales de impacto recíproco entre la organización y el entorno social, para asegurar la toma de decisiones gerenciales dentro de un marco de sostenibilidad y responsabilidad social. El logro fundamental de este curso se orienta a fomentar en el educando la acción personal y profesional basada y orientada sobre los valores básicos de la ética y la responsabilidad social. Entre sus contenidos temáticos básicos tenemos los siguientes: Naturaleza y fundamentos de la Ética Humana, la Ética en el marco de las organizaciones, la Responsabilidad Social Empresarial y Responsabilidad Social y desarrollo sustentable.

III. COMPETENCIAS

III.1. COMPETENCIAS GENÉRICAS A LAS QUE CONTRIBUYE LA ASIGNATURA

Son competencias genéricas de la presente asignatura las siguientes:

1. Conocimiento sobre el área de estudio y profesión
2. Capacidad de aplicar los conocimientos en la práctica
3. Responsabilidad social y compromiso ciudadano
4. Capacidad crítica y autocrítica
5. Compromiso ético

III.2. COMPETENCIAS ESPECÍFICAS A LAS QUE TRIBUTA LA ASIGNATURA

Son competencias específicas de la presente asignatura las siguientes:

1. Ejercer el liderazgo gerencial orientado hacia el logro y la consecución de metas en la organización; para desarrollar estrategias exitosas en el marco del pensamiento estratégico y cambio de las estructuras organizacionales bajo un enfoque de sostenibilidad y responsabilidad social.
2. Desarrollar el talento humano en la organización para crear un clima y cultura organizacional orientada al *empowerment* y enfocada a la adaptación al cambio estratégico y la toma de decisiones gerenciales bajo una visión ética.

3. Identificar aspectos éticos y culturales de impacto recíproco entre la organización y el entorno social para asegurar la toma de decisiones gerenciales dentro de un marco de sostenibilidad y responsabilidad social.

IV. DESARROLLA EL COMPONENTE DE

Investigación ( )
Responsabilidad Social (X)

V. LOGRO DE ASIGNATURA

Hacer que los alumnos manejen con propiedad los conceptos principales vinculados a la sostenibilidad y las herramientas fundamentales para introducir y poner en marcha el enfoque de la responsabilidad social en una empresa u organización en general, de cualquier tamaño y sector. El curso introduce al estudiante en la norma ISO 26000 de responsabilidad social y otras normas globales relacionadas y plantea las oportunidades y beneficios que los negocios socialmente responsables.

VI. PROGRAMACIÓN DE CONTENIDOS

UNIDAD I	**NATURALEZA Y FUNDAMENTO DE LA ÉTICA HUMANA**	
LOGRO	El alumno comprenderá y delimitará el aspecto teórico y práctico de la ética y su relación con otras disciplinas. Caracterizará la moral como un fenómeno social, y como un instrumento de valoración en los diferentes sectores de la cultura, del arte, la política, la religión, así como en la vida cotidiana de las personas.	
SEMANAS	**CONTENIDOS**	**METODOLOGIA**
1-3	1.1. La Ética 1.2. La Metaética 1.3. La Moral 1.4. Ética y comportamiento humano **Contenido Transversal:** **01: Responsabilidad Social** 1.4.1. Acción humana y acción Moral 1.4.2. Consecuencias morales 1.4.3. Factores del comportamiento 1.4.4. Código de ética y juicio moral 1.4.5. La Responsabilidad 1.5. Ética y valores **Contenido Transversal:** **02: Participación ciudadana, desarrollo económico, social y democrático**	- Aprendizaje Basado en Problemas - Estudio de Caso - Videos - Resúmenes expositivos de contenidos teóricos

UNIDAD II	**LA ÉTICA EN EL MARCO DE LAS ORGANIZACIONES**	
LOGRO	El alumno tomará conciencia de lo trascendente que es el estudio de la ética empresarial como ética aplicada a la dirección y gestión de empresas.	
SEMANAS	**CONTENIDOS**	**METODOLOGIA**
	2. La Ética en las organizaciones 2.1. Código de ética corporativo 2.2. El Comité de Ética 2.3. Declaración de Compromiso	- Aprendizaje Basado en Problemas - Estudio de Caso - Videos

4-6	**Contenido Transversal: 03: Sostenibilidad económica, social y ambiental**	- Resúmenes expositivos de contenidos teóricos

UNIDAD III	**LA RESPONSABILIDAD SOCIAL CORPORATIVA (RSC)**	
LOGRO	Familiarizar al estudiante con los conceptos básicos de la Responsabilidad Social Corporativa (RSC) y su importancia en el desarrollo de estrategias empresariales orientadas a la mejora de la relación empresa y sociedad.	
SEMANAS	**CONTENIDOS**	**METODOLOGIA**
7-12	3. La Responsabilidad Social Corporativa 3.1. Estrategias de responsabilidad social Empresarial **Contenido Transversal: 04: La igualdad social** 3.2. Gestión de la RSC 3.3. Gestión de las relaciones con las Partes Interesadas 3.4. Gobierno Corporativo **Contenido Transversal: 05: Liderazgo del valor y lucha anticorrupción**	- Aprendizaje Basado en Problemas - Estudio de Caso - Videos - Resúmenes expositivos de contenidos teóricos

UNIDAD IV	**RESPONSABILIDAD SOCIAL CORPORATIVA Y DESARROLLO SUSTENTABLE**	
LOGRO	Familiarizar al estudiante en el conocimiento y la relación entre la Responsabilidad Social Corporativa (RSC) y el desarrollo sustentable. Además de ayudar a comprender al educando en el uso de las herramientas disponibles por las organizaciones para favorecer el desarrollo sustentable de sus operaciones.	
SEMANAS	**CONTENIDOS**	**METODOLOGIA**
13-16	4. El Desarrollo Sostenible 4.1. RSC y Recursos Humanos 4.2. RSC y el Medio Ambiente 4.3. RSC y Marketing 4.4. RSC y Derechos humanos 4.5. RSC y la Corrupción **Contenido Transversal: 06: Objetivos de Desarrollo Sostenible (ODS)** 5. ISO 26000 5.1. Componentes de la norma 5.2. Organización 5.3. Derechos humanos 5.4. Prácticas Laborales 5.5. Medio ambiente 5.6. Prácticas justas de operación 5.7. Asuntos de consumidores **Contenido Transversal: 07: Derecho de familia y discapacidad**	- Aprendizaje Basado en Problemas - Estudio de Caso - Videos - Resúmenes expositivos de contenidos teóricos

VII. ESTRATEGIAS DIDÁCTICAS

En el desarrollo del presente curso, alineados con las competencias buscadas y adecuados al sistema de enseñanza virtual, a los contenidos del silabo se aplicarán los siguientes instrumentos didácticos:

1. Aprendizaje Basado en Tecnologías Informáticas de Cómputo (TIC)
2. Casuística Aplicada
3. Aprendizaje Basado en Problemas (ABP)
4. Investigación Formativa
5. Asistencia, Participación y Trabajo en equipo
6. Lecturas aplicadas

VIII. RECURSOS

Para el desarrollo del presente curso se requerirá el uso de los siguientes recursos:

1. Aula Virtual
2. WhatsApp
3. Excel
4. PowerPoint
5. Softwares específicos
6. Real Statistic y Megastat
7. Videos

IX. EVALUACIÓN

El sistema de evaluación del curso es el siguiente:

.

PROM = (PAR+FIN+PPRA) /3

Se aplica examen sustitutorio para el examen parcial o final, siempre que el promedio de prácticas sea de 07.o más.

El Promedio de prácticas (PPRA) se obtendrá: de la siguiente manera:

PPRA = (PRA1+PRA2 +PRA3+TRP) /4 (TRP=Trabajo práctico)

En caso de que el docente desee aplicar otro sistema de evaluación deberá coordinar con la dirección de la escuela.

La estructura de evaluación se da en 4 unidades formativas considerando la estructura de competencias que se presenta a continuación.

COMPETENCIAS	INSTRUMENTOS/CONTENIDOS	PORCENTAJE
Actitud	- Asistencia, puntualidad y trabajo en equipo	De acuerdo con las consideraciones del curso.
Conocimiento	- Participación en clase - Prácticas expositivas en PPT - Lecturas especializadas	
Procedimientos	- Análisis de Casos - Mapas conceptuales - Debates	
Investigación	- Investigaciones basadas en casos reales	

Aplicada	- Investigación especializada	

Rúbricas del curso:

UNIDAD I:	**NATURALEZA Y FUNDAMENTO DE LA ÉTICA**			
Criterio	Conocimiento del marco teórico	Aplicación de procedimiento	Análisis y aplicación practica	Soluciones creativas a la casuística
Valor				

UNIDAD II:	**ÉTICA CORPORATIVA**			
Criterio	Conocimiento del marco teórico	Aplicación de procedimiento	Análisis y aplicación practica	Soluciones creativas a la casuística
Valor				

UNIDAD III:	**LA RESPONSABILIDAD SOCIAL CORPORATIVA (RSC)**			
Criterio	Conocimiento del marco teórico	Aplicación de procedimiento	Análisis y aplicación practica	Soluciones creativas a la casuística
Valor				

UNIDAD IV:	**RESPONSABILIDAD SOCIAL CORPORATIVA Y DESARROLLO SUSTENTABLE**			
Criterio	Conocimiento del marco teórico	Aplicación de procedimiento	Análisis y aplicación practica	Soluciones creativas a la casuística
Valor	**1.25 puntos**	**2.50 puntos**	**3.75 puntos**	**5.00 puntos**

X. REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- Guillén, M. (2006). *Ética en las organizaciones: Construyendo confianza*. Pearson Educación.
- Instituto Nacional de Defensa de la Competencia y de la Protección de la Propiedad Intelectual. (2010). *NTP-ISO 26000:2010: Guía de responsabilidad social*.
- Sagols, L., Linares, J., & de la Garza, M. T. (2012). *Ética y valores 1: Enfoque por competencias* (3.ª ed.). McGraw-Hill.
- Sáenz Acosta, C. (2012). *ISO 26000: Guía de responsabilidad social: Desarrollo de la comunidad y prácticas laborales*. Cengage Learning.
- Velásquez, M. G. (2006). *Ética en los negocios: Conceptos y casos* (6.ª ed.). Pearson Educación.
- Vives, A., & Peinado-Vara, E. (Eds.). (2011). *La responsabilidad social de la empresa en América Latina: Manual de gestión*. Banco Interamericano de Desarrollo.

Surco, agosto 2026.



FACULTAD DE CIENCIAS ECONÓMICAS Y EMPRESARIALES
ESCUELA PROFESIONAL DE ADMINISTRACIÓN Y GERENCIA
SILABO

I. DATOS ADMINISTRATIVOS

1. Asignatura	: Investigación de Operaciones
2. Código	: AD 0402
3. Condición	: Obligatoria
4. Requisito (s)	: Estadística General
5. Número de créditos	: 4
6. Número de horas	: 2 HT, 4 HP
7. Semestre Académico	: 2026 II
8. Docente	:
Correo institucional	:

II. SUMILLA

Asignatura teórico-práctica que pertenece al área de Estudios Profesionales Básicos y aporta al logro de la competencia específica que Contribuye con la formulación de problemas empresariales en base al uso de herramientas matemáticas y estadísticos, de forma tal que se facilite su análisis y su solución, permitiendo el desarrollo de diagnósticos situacionales que favorezcan la toma de decisiones gerenciales, utilizando las herramientas computacionales pertinentes. El logro fundamental del curso busca desarrollar las competencias del educando en el uso de las herramientas de la investigación de operaciones para aplicarlos en el contexto integral de la toma de decisiones de gestión administrativa de las organizaciones. Sus contenidos temáticos básicos son los siguientes: Naturaleza de la Investigación de Operaciones, Modelos de soluciones de programación lineal, Modelo de transporte y métodos de optimización de redes.

III. COMPETENCIAS

III.1. COMPETENCIAS GENÉRICAS QUE CONTRIBUYE LA ASIGNATURA

Son competencias genéricas de la presente asignatura las siguientes:

1. Capacidad para tomar decisiones
2. Capacidad para trabajar en equipo
3. Habilidad para trabajar en forma autónoma
4. Capacidad de aplicar los conocimientos en la práctica

III.2. COMPETENCIAS ESPECÍFICAS QUE CONTRIBUYE LA ASIGNATURA

Son competencias específicas de la presente asignatura las siguientes:

1. Optimiza los procesos de negocio de las organizaciones, para desarrollar estructuras que faciliten la toma de decisiones gerenciales que permitan generar ventajas competitivas en el campo de la logística integral y las operaciones de las compañías; teniendo en cuenta los entornos competitivos locales y globales. Capacidad de Investigación académica y científica para utilizar los instrumentos de la investigación aplicada a contextos diversos del

marco de acción de las organizaciones dentro del campo laboral, comercial, de operaciones y/o marketing.

IV. DESARROLLA EL COMPONENTE DE

Investigación (X)
Responsabilidad Social ( )

V. LOGRO DE ASIGNATURA (PROPOSITO DE LA ASIGNATURA)

Al finalizar el curso el alumno utiliza herramientas informativas y desarrolla de manera teórico / práctica los métodos de programación lineal, paquetes informáticos, análisis del camino crítico y de asignación de recursos, análisis de sensibilidad económica para la maximización de la rentabilidad, alineando lo aprendido con la toma de decisiones.

VI. PROGRAMACIÓN DE CONTENIDOS

UNIDAD I	**: NATURALEZA DE LA INVESTIGACIÓN DE OPERACIONES**	
LOGRO	Al concluir la unidad didáctica, los alumnos representan formulan, interpretan modelos matemáticos, modelos de programación lineal, típico además describen las etapas de un estudio de investigación operativa, con sentido lógico a través de casos	
SEMANAS	**CONTENIDOS**	**METODOLOGÍA**
1-4	**1.** Naturaleza de la Investigación Operativa. Origen, naturaleza, aplicaciones y clasificación de modelos de la investigación operativa **2.** Modelos matemáticos, Representación e interpretación de los modelos. **3.** Descripción de etapas de un estudio de Investigación Operativa. **4.** Modelo de Programación Lineal (PL)Modelo típico, Supuestos	- Exposición y dialogo. - Práctica: lectura comentada - Exposición y exploración de casos - Práctica: casos de modelos matemáticos de Investigación Operativa.

UNIDAD II	**MODELOS DE SOLUCIONES DE PROGRAMACIÓN LINEAL**	
LOGRO	Al concluir la unidad didáctica el alumno aplica el SOLVER en resolución de problemas de programación lineal, modelos duales, su interpretación, resolución y decisión mediante ejercicios prácticos y en equipo.	
SEMANAS	**CONTENIDOS**	**METODOLOGÍA**
5-8	1. Formulación de modelos de PL Representación e interpretación 2. Decisiones Solución de problemas de Programación lineal, con SOLVER. 3. Método gráfico: representación geométrica. 4. Condiciones técnicas, Método Simplex: iteraciones y prueba de optimalidad. 5. Soluciones con uso de hoja de cálculo y alternativas de software. 6. Dualidad, Teoría e interpretación de	- Explicación y ejemplos - Práctica: Ejercicios con trabajo en equipo - Explicación y ejemplos - Uso de SOLVER de Excel

	relación primal-dual.	

UNIDAD III	MODELO DE TRANSPORTE	
LOGRO	Al finalizar la unidad, el estudiante será capaz de formular y resolver modelos de transporte y asignación, identificar sus componentes, diferenciar problemas balanceados y no balanceados, aplicar métodos como esquina noroeste, costo mínimo, aproximación de Vogel, MODI y método húngaro, e interpretar los resultados para apoyar la toma de decisiones eficientes en situaciones de distribución, asignación de recursos y logística.	
SEMANAS	**CONTENIDOS**	**METODOLOGÍA**
9-12	1. Modelo de transporte 2. Modelo y algoritmo de solución para el problema de transporte. 3. Modelo de asignación 4. Modelo y algoritmo de solución para el problema de asignación. 5. Programación dinámica, teoría de redes 6. Modelo no lineal, aplicaciones	- Explicación y debate - Práctica: ejercicios - Explicación y debate - Práctica: ejercicios en-Excel - Explicación, lectura y debate - ejercicios. - Aplicación, SOLVER

UNIDAD IV	MÉTODOS DE OPTIMIZACIÓN DE REDES	
LOGRO	Al finalizar la unidad, el estudiante será capaz de modelar, analizar y resolver problemas de optimización de redes, aplicando conceptos de teoría de grafos, algoritmos de ruta más corta y árbol de expansión mínima, así como las técnicas PERT y CPM para planificar, programar y controlar proyectos, interpretando los resultados para apoyar la toma de decisiones eficientes.	
SEMANAS	**CONTENIDOS**	**METODOLOGÍA**
13-16	1. Fundamentos de la teoría de redes 2. Problema de la ruta más corta 3. Problema del árbol de expansión mínima 4. Redes de actividades: PERT y CPM	- Explicación y debate de Lectura - Explicación y Ejercicios - Ejercicios con uso de Excel - Practica calificada 4

VII. ESTRATEGIAS DIDÁCTICAS

En el desarrollo del presente curso, a los contenidos del silabo se aplicarán los siguientes instrumentos didácticos:

1. Aprendizaje Basado en Tecnologías Informáticas de Cómputo (TIC)
2. Casuística Aplicada
3. Aprendizaje Basado en Problemas (ABP)
4. Investigación Formativa
5. Asistencia, Participación y Trabajo en equipo
6. Lecturas aplicadas

VIII. RECURSOS

Para el desarrollo del presente curso se requerirá el uso de los siguientes recursos:

1. Aula Virtual
2. Whatsapp
3. Excel
4. PowerPoint
5. Softwares específicos
6. Real Statistic y Megastat
7. Videos

IX. EVALUACIÓN

El sistema de evaluación del curso es el siguiente:

PROM = (PAR+FIN+PPRA) / 3

Se aplica examen sustitutorio para el examen parcial o final, siempre que el promedio de prácticas sea de 07 o más.

El Promedio de prácticas (PPRA) se obtendrá de la siguiente manera:

PPRA = (PRA1+PRA2 +PRA3+TRP) / 4 (TRP=Trabajo práctico)

En caso que el docente desee aplicar otro sistema de evaluación deberá coordinar con la dirección de la escuela.

La estructura de evaluación se da en las unidades formativas considerando la estructura de competencias que se presenta a continuación.

COMPETENCIAS	INSTRUMENTOS/CONTENIDOS	PORCENTAJE
Actitud	- Asistencia, puntualidad y trabajo en equipo	**De acuerdo a las consideraciones del curso.**
Conocimiento	- Participación en clase - Prácticas expositivas en PPT - Lecturas especializadas	
Procedimientos	- Análisis de Casos - Mapas conceptuales - Debates	
Investigación Aplicada	- Investigaciones basadas en casos reales - Investigación especializada	

Rúbricas del curso:

UNIDAD I:	**INVESTIGACIÓN OPERATIVA: MODELOS MATEMÁTICOS. PROGRAMACIÓN LINEAL**			
Criterio	Conocimiento del marco teórico	Aplicación de procedimiento	Análisis y aplicación practica	Soluciones creativas a la casuística
Valor				

UNIDAD II:	PROGRAMACIÓN LINEAL Y EXCEL			
Criterio	Conocimiento del marco teórico	Aplicación de procedimiento	Análisis y aplicación practica	Soluciones creativas a la casuística
Valor				

UNIDAD III:	APLICACIONES DEL MODELO LINEAL Y NO LINEAL			
Criterio	Conocimiento del marco teórico	Aplicación de procedimiento	Análisis y aplicación practica	Soluciones creativas a la casuística
Valor				

UNIDAD IV:	TEORÍA DE COLAS Y SIMULACIÓN			
Criterio	Conocimiento del marco teórico	Aplicación de procedimiento	Análisis y aplicación practica	Soluciones creativas a la casuística
Valor				

X. REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- Anderson, D. R., Sweeney, D. J., Williams, T. A., Camm, J. D., & Martin, K. (2011). *Métodos cuantitativos para los negocios* (11.ª ed.). Cengage Learning.
- Hillier, F. S., & Lieberman, G. J. (2010). *Introducción a la investigación de operaciones* (9.ª ed.). McGraw-Hill Educación.
- Hillier, F. S., & Lieberman, G. J. (2015). *Investigación de operaciones* (10.ª ed.). McGraw-Hill.
- Muñoz, R. V., Ochoa, M. B., & Morales, M. (2011). *Investigación de operaciones*. McGraw-Hill Interamericana Editores.
- Valencia N., E., & Hidalgo V., C. (2019). *Investigación operativa: Problemas resueltos*. Editorial UTA.

Surco, agosto 2026

FACULTAD DE CIENCIAS ECONÓMICAS Y EMPRESARIALES
ESCUELA PROFESIONAL DE ADMINISTRACIÓN Y GERENCIA
SILABO

I. DATOS ADMINISTRATIVOS

1. Asignatura : Comportamiento Organizacional
2. Código : AG 0401
3. Condición : Obligatorio
4. Requisito (s) : Planeamiento Estratégico
5. Número de créditos : 5
6. Número de horas : 4 Teoría – 2 Práctica
7. Semestre Académico : 2026 II
8. Docente Correo Institucional :
   Correo Institucional :

II. SUMILLA

Asignatura teórico-práctica que pertenece al área de Estudios Profesionales Básicos y aporta al logro de la competencia específica que permita desarrollar el talento humano en la organización para crear un clima y cultura organizacional orientada al *empowerment* y enfocada a la adaptación al cambio estratégico y la toma de decisiones gerenciales bajo una visión ética. El logro fundamental de este curso se orienta a desarrollar las competencias del educando para desarrollar el talento humano en la organización para crear un clima y cultura organizacional orientada al *empowerment* y enfocada a la adaptación al cambio estratégico y la toma de decisiones gerenciales bajo una visión ética. Entre sus contenidos temáticos básicos tenemos los siguientes: El Comportamiento individual en las organizaciones, comportamiento grupal en las organizaciones, la cultura organizacional y liderazgo y poder.

III. COMPETENCIAS

III.1. GENÉRICAS QUE CONTRIBUYEN LA ASIGNATURA

Son competencias genéricas de la presente asignatura, las siguientes:

1. Capacidad de abstracción, análisis y síntesis
2. Capacidad de aplicar los conocimientos en la práctica
3. Capacidad crítica y autocrítica
4. Capacidad para trabajar en equipo
5. Habilidades interpersonales
6. Capacidad para motivar y conducir hacia metas comunes

III.2. COMPETENCIAS ESPECÍFICAS A LAS QUE CONTRIBUYE LA ASIGNATURA

Son competencias específicas de la presente asignatura, las siguientes:

1. Ejercer el liderazgo gerencial, hacia el logro y persecución de metas en la organización para desarrollar estrategias exitosas en el marco del pensamiento estratégico, el cambio, la integración y optimización del comportamiento organizacional, bajo un enfoque de sostenibilidad y responsabilidad social empresarial.

2. Identificar y gestionar aspectos éticos y culturales de impacto recíproco entre la organización y el entorno social para asegurar la toma de decisiones gerenciales dentro de un marco de sostenibilidad y responsabilidad social empresarial.

IV. DESARROLLA EL COMPONENTE DE:

Investigación ( )
Responsabilidad social (X)

Esta asignatura forma parte del sistema de evaluación de la Extensión Universitaria y Proyección Social.

V. LOGRO DE LA ASIGNATURA

Al término del curso el estudiante, explica los diferentes aspectos del comportamiento organizacional, identificando las principales disciplinas de la ciencia del comportamiento que contribuyen con la formación de organizaciones, sostenibles y socialmente responsables.

VI. PROGRAMACIÓN DE CONTENIDOS

UNIDAD I	**EL COMPORTAMIENTO INDIVIDUAL EN LAS ORGANIZACIONES**	
LOGRO	El alumno, explica, la influencia de la psicología como ciencia y su relación con la disciplina administrativa para la comprensión del comportamiento laboral y las principales teorías de la motivación que se relaciona con el comportamiento organizacional.	
SEMANAS	**CONTENIDOS**	**METODOLOGIA**
5-8	1. Personalidad, percepción y atribución 1.1. Diferencias individuales y comportamiento 1.2. Personalidad y organizaciones. 1.2.1. Aplicación de la Teoría de la Personalidad en las Organizaciones. 1.2.2. Percepción social 1.3. Actitudes, emociones y ética 1.3.1. Formación de la actitud 1.3.2. Estado de ánimo en el trabajo 1.3.3. Comportamiento ético 1.4. La motivación 1.4.1. Modelo de la jerarquía de las necesidades 1.4.2. Modelo de factores higiénicos y motivadores 1.4.3. Modelo de factores de las expectativas 1.4.4. Modelo de la equidad 2. Estrés y agresión en el lugar de Trabajo 2.1. Naturaleza del estrés 2.1.1. Personalidad y estrés 2.1.2. Fuentes claves de estrés 2.1.3. Efectos del estrés	- Exposición docente - Lectura comentada: análisis y discusión - Ejercicio de aprendizaje individual

	2.1.4. Manejo del estrés 2.1.5. Agresión en el lugar de trabajo	

UNIDAD II	COMPORTAMIENTO GRUPAL EN LAS ORGANIZACIONES	
LOGRO	El alumno, explicará las diversas teorías del comportamiento que influyen en la actuación de los equipos y grupos en las organizaciones orientándose a la solución de problemas y toma de decisiones.	
SEMANAS	**CONTENIDOS**	**METODOLOGIA**
9-12	3. Comunicación 3.1. Comunicación interpersonal 3.2. Habilidades de comunicación para Gerentes 3.3. Barreras a la comunicación y accesos a la comunicación 3.4. Civilidad e incivilidad 3.5. Comunicación no verbal 3.6. Comunicación mediante nuevas tecnologías y medios de comunicación social 4. Equipos y grupos de trabajo 4.1. Comportamiento grupal 4.2. Formación y desarrollo de grupos 4.3. Factores que influyen en la efectividad del grupo 4.4. *Empowerment* y equipos auto dirigidos	- Exposición docente - Lectura seleccionada: análisis y discusión - Estudio de caso - Ejercicio de aprendizaje individual

UNIDAD III	LA CULTURA ORGANIZACIONAL	
LOGRO	El estudiante, indica, los aspectos más importantes de la estructura organizacional, cultura y su importancia para la organización inmersa en un proceso de cambio continuo.	
SEMANAS	**CONTENIDOS**	**METODOLOGIA**
13-16	5. Estructura organizacional 5.1. Diseños organizacionales comunes 5.2. Nuevas opciones de diseño 6. Cultura organizacional 6.1. Niveles de cultura organizacional 6.2. Funciones de la cultura organizacional 6.3. Socialización organizacional 6.4. Cambio de la cultura organizacional 7. Administración de carrera 7.1 Decisiones de elección ocupacional 7.2. Fundamentos de una carrera exitosa 7.3. Anclas de carrera 8. Administración del cambio 8.1. Fuerzas del cambio en las organizaciones 8.2. Alcance del cambio 8.3. Resistencia al cambio 8.4. Técnicas de intervención de DO	- Exposición docente - Lectura seleccionada: Análisis y discusión - Estudio de caso. Análisis y discusión

UNIDAD III	LIDERAZGO Y PODER	
LOGRO	El alumno, describe, el concepto e importancia del comportamiento organizacional, identificando las principales disciplinas de la ciencia del comportamiento que contribuyen con el éxito de la organización.	
SEMANAS	**CONTENIDOS**	**METODOLOGIA**
1-4	9. Fundamentos del liderazgo 9.1. Teorías y enfoques del liderazgo 9.2. Teorías de rasgos y características 9.3. Estilos de liderazgo 10. El poder y sus fuentes 10.1. Concepto de poder 10.2. Poder, liderazgo y organización formal e informal 10.3. Retos para los gerentes	- Exposición docente - Lectura comentada: análisis y discusión - Ejercicio de aprendizaje individual

VII. ESTRATEGIAS DIDACTICAS

En el desarrollo del presente curso, alineados con las competencias buscadas y adecuados al sistema de enseñanza virtual, a los contenidos del silabo se aplicarán los siguientes instrumentos didácticos:

1. Aprendizaje Basado en Tecnologías Informáticas de Cómputo (TIC).
2. Casuística Aplicada.
3. Aprendizaje Basado en Problemas (ABP)
4. Investigación Formativa.
5. Asistencia, Participación y Trabajo en equipo.
6. Lecturas aplicadas.

VIII. RECURSOS

Para el desarrollo del presente curso se requerirá el uso de los siguientes recursos:

1. Aula Virtual,
2. WhatsApp
3. Excel
4. PowerPoint
5. Software específico,
6. Real Statistic y Megastat.
7. Videos

IX. EVALUACIÓN

El sistema de evaluación del curso es el siguiente:

PROM = (PAR+FIN+PPRA) /3

Se aplica examen sustitutorio para el examen parcial o final, siempre que el promedio de prácticas sea de 07.o más.

El Promedio de prácticas (PPRA) se obtendrá de la siguiente manera:

PPRA = (PRA1+PRA2 +PRA3+TRP) /4 (TRP=Trabajo práctico)

En caso de que el docente desee aplicar otro sistema de evaluación deberá coordinar con la dirección de la escuela.

La estructura de evaluación se da en 4 unidades formativas considerando la estructura de competencias que se presenta a continuación.

COMPETENCIAS	INSTRUMENTOS/CONTENIDOS	PORCENTAJE
Actitud	- Asistencia, puntualidad y trabajo en equipo	De acuerdo con las consideraciones del curso.
Conocimiento	- Participación en clase - Prácticas expositivas en PPT - Lecturas especializadas	
Procedimientos	- Análisis de Casos - Mapas conceptuales - Debates	
Investigación Aplicada	- Investigaciones basadas en casos reales - Investigación especializada	

Rúbricas del curso:

UNIDAD I:	**EL COMPORTAMIENTO INDIVIDUAL EN LAS ORGANIZACIONES**			
Criterio	Conocimiento del marco teórico	Aplicación de procedimiento	Análisis y aplicación practica	Soluciones creativas a la casuística
Valor				

UNIDAD II:	**COMPORTAMIENTO GRUPAL EN LAS ORGANIZACIONES**			
Criterio	Conocimiento del marco teórico	Aplicación de procedimiento	Análisis y aplicación practica	Soluciones creativas a la casuística
Valor				

UNIDAD III:	**LA CULTURA ORGANIZACIONAL**			
Criterio	Conocimiento del marco teórico	Aplicación de procedimiento	Análisis y aplicación practica	Soluciones creativas a la casuística
Valor				

UNIDAD IV:	**LIDERAZGO Y PODER**			
Criterio	Conocimiento del marco teórico	Aplicación de procedimiento	Análisis y aplicación practica	Soluciones creativas a la casuística
Valor				

X. REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- Chiavenato, I. (2009). *Comportamiento organizacional: La dinámica del éxito en las organizaciones* (2.ª ed.). McGraw-Hill.
- Hellriegel, D., & Slocum, J. W. (2009). *Comportamiento organizacional* (12.ª ed.). Cengage Learning.
- Nelson, D. L., & Quick, J. C. (2013). *CORG: Comportamiento organizacional* (3.ª ed.). Cengage Learning.
- Robbins, S. P., & Judge, T. A. (2013). *Comportamiento organizacional* (15.ª ed.). Pearson Educación.
- Wagner III, J. A., & Hollenbeck, J. R. (2004). *Comportamiento organizativo: Consiguiendo la ventaja competitiva* (4.ª ed.). Thomson Editores.

Surco, agosto 2026.

FACULTAD DE CIENCIAS ECONÓMICAS Y EMPRESARIALES
ESCUELA PROFESIONAL DE ADMINISTRACIÓN Y GERENCIA
SILABO

I. DATOS ADMINISTRATIVOS

1. Asignatura	: Gerencia y Desarrollo Organizacional
2. Código	: AD 0501
3. Condición	: Obligatoria
4. Requisito(s)	: Comportamiento Organizacional
5. Número de créditos	: 4
6. Número de horas	: 2 de teoría y 4 de práctica
7. Semestre académico	: 2026 II
8. Docente(s)	:
Correo institucional	:

II. SUMILLA

Asignatura teórico-práctica que pertenece al área de Estudios Profesionales Básicos y aporta al logro de la competencia específica que permita desarrollar el talento humano en la organización para crear un clima y cultura organizacional orientada al *Empowerment* y enfocada a la adaptación al cambio estratégico y la toma de decisiones gerenciales bajo una visión ética. El logro fundamental del curso busca que se le permita al estudiante desarrollar el talento humano en la organización para crear un clima y cultura organizacional orientada al *Empowerment* y enfocada a la adaptación al cambio estratégico y la toma de decisiones gerenciales bajo una visión ética. Sus contenidos básicos son los siguientes: Gestión del cambio organizacional en las organizaciones públicas y privadas, el Desarrollo Organizacional, las intervenciones humanas del Desarrollo Organizacional y las intervenciones tecno estructurales del Desarrollo Organizacional.

III. COMPETENCIAS

III.1. COMPETENCIAS GENÉRICAS A LAS QUE CONTRIBUYE LA ASIGNATURA

Son competencias genéricas de la presente asignatura las siguientes:

1. Capacidad de abstracción, análisis y síntesis.
2. Capacidad de aplicar los conocimientos en la práctica.
3. Responsabilidad social y compromiso ciudadano.
4. Capacidad crítica y autocrítica.
5. Capacidad para trabajar en equipo.
6. Habilidades interpersonales.
7. Capacidad para motivar y conducir hacia metas comunes.

III.2. COMPETENCIAS ESPECÍFICAS A LAS QUE CONTRIBUYE LA ASIGNATURA

Las competencias específicas centrales del presente curso son:

1. Ejercer el liderazgo gerencial orientado hacia el logro y la consecución de metas en la organización; para desarrollar estrategias exitosas en el marco del

pensamiento estratégico y cambio de las estructuras organizacionales bajo un enfoque de sostenibilidad y responsabilidad social.

2. Desarrollar el talento humano en la organización para crear un clima y cultura organizacional orientada al *empowerment* y enfocada a la adaptación al cambio estratégico y la toma de decisiones gerenciales bajo una visión ética.
3. Identificar aspectos éticos y culturales de impacto recíproco entre la organización y el entorno social para asegurar la toma de decisiones gerenciales dentro de un marco de sostenibilidad.
4. Administrar la infraestructura tecnológica de una empresa para asegurar de manera innovadora y creativa la toma de decisiones gerenciales que facilite el desarrollo y la ejecución de planes estratégicos orientados a la adaptación a los cambios estructurales en permanente búsqueda de asegurar el éxito empresarial.

IV. DESARROLLA EL COMPONENTE DE:

Investigación (X)
Responsabilidad Social ( )

V. LOGRO DE LA ASIGNATURA

Al finalizar el curso el alumno estará en capacidad de entender el proceso de la Organización y los factores que determinan el cambio, la Participación del individuo como medio para incrementar la eficacia organizacional - Modelos de Desarrollo Organizacional -Instrumentos Básicos de Organización.

VI. PROGRAMACIÓN DE CONTENIDOS

UNIDAD I	**GESTIÓN DEL CAMBIO ORGANIZACIONAL EN LAS ORGANIZACIONES PÚBLICAS Y PRIVADAS**	
LOGRO: Al finalizar la unidad, el estudiante: estará en capacidad de Analiza el rol de la gerencia en el cambio organizacional, identificando niveles, roles y habilidades gerenciales, aplicando los principales modelos de cambio (Lewin, Kotter, ADKAR y McKinsey 7-S) y explicando la resistencia al cambio y sus estrategias de gestión, así como el proceso de diagnóstico organizacional (incluido el modelo de Weisbord), para proponer acciones de mejora en contextos empresariales concretos.		
SEMANAS	**CONTENIDOS**	**METODOLOGÍA**
1	1 Gerencia y Cambio Organizacional 1.1. Concepto de gerencia y administración 1.2. Niveles Gerenciales 1.3. Estrategia organizacional 1.4. Roles de la gerencia 1.5. Habilidades gerenciales	• Explicación • Diálogo • Debate
2	2. Gerencia y Cambio Organizacional 2.1. El Cambio Organizacional 2.2. Modelos de cambio organizacional 2.2.1. Lewin 2.2.2. Kotter 2.2.3. ADKAR 2.2.4. McKinsey 7-S	• Exposición teórica • Ejemplos prácticos • Lecturas recomendadas
3	3. Resistencia al cambio 3.1. Tipos de Resistencia al Cambio 3.2. Estrategias para gestionar la resistencia	• Explicación • Diálogo • Debate

4	4. Proceso de diagnóstico en el desarrollo organizacional 4.1. Diagnóstico organizacional 4.2. El diagnóstico empresarial 4.3. Método general de diagnostico 4.4. Diagnóstico del sistema 4.5. Elementos organizacionales del modelo de Weisbord	• Exposición teórica • Ejemplos prácticos • Lecturas recomendadas

UNIDAD II	**EL DESARROLLO ORGANIZACIONAL**
LOGRO: Al finalizar la unidad, el estudiante: Estará en capacidad de comprender y analizar el desarrollo organizacional, identificando sus definiciones, origen, importancia, valores, principios y objetivos, diferenciándolo de la administración tradicional; gestiona el proceso y la planificación de programas de desarrollo organizacional, reconoce el aporte del análisis transaccional y aplica el proceso de diagnóstico organizacional (incluyendo el modelo de Weisbord) para proponer acciones de mejora en las organizaciones."	

SEMANAS	**CONTENIDOS**	**METODOLOGÍA**
5	5. Introducción al desarrollo organizacional 5.1. Definiciones 5.2. Importancia 5.3. Origen y evolución. 5.4. Valores y principios fundamentales 5.5. Objetivos básicos 5.6. Administración Tradicional versus Desarrollo Organizacional	• Explicación • Diálogo • Debate
6	6. Administración del proceso de desarrollo organizacional 6.1. Proceso de desarrollo organizacional 6.2. Planificación del programa de desarrollo Organizacional	• Exposición teórica • Ejemplos prácticos • Lecturas recomendadas
7	7. Análisis transaccional 7.1. Proceso general 7.2. Perspectiva general 73.3. Aplicaciones prácticas	• Explicación • Diálogo • Debate
8	8. Proceso de diagnóstico en el desarrollo organizacional 8.1. Diagnóstico organizacional 8.2. El diagnóstico empresarial 8.3. Método general de diagnostico 8.4. Diagnóstico del sistema 8.5. Elementos organizacionales del modelo de Weisbord	• Exposición teórica • Ejemplos prácticos • Lecturas recomendadas

UNIDAD III	**INTERVENCIONES HUMANAS DEL DESARROLLO ORGANIZACIONAL**
LOGRO: Al finalizar la unidad, el estudiante: estará en capacidad de analizar e intervenir en el análisis de la cultura organizacional, identificando sus características, procesos de cambio, resistencias y técnicas para un cambio cultural eficaz; valora el papel de la comunicación organizacional y la resolución de conflictos; evalúa el impacto del liderazgo en la cultura y en el desarrollo organizacional; y propone intervenciones	

a nivel de equipos y a nivel global (reuniones de todo el sistema, dirección estratégica, retroalimentación de encuestas, sistemas 1–4 de Likert, Grid de Blake y Mouton y análisis cultural de Schein) orientadas a la mejora del desempeño organizacional.		
SEMANAS	**CONTENIDOS**	**METODOLOGÍA**
9	8. Intervención en la cultura organizacional 8.1. Cultura 8.2. La cultura y el manejo de la organización 8.3. Creación y fortalecimiento de la Cultura Organizacional 8.4. Procesos de cambio en la cultura organizacional 8.5. Resistencia al cambio 8.6. Cómo vencer la resistencia al cambio 8.7. Requisitos para el cambio eficaz 8.8. Técnicas para el proceso de cambio cultural Contenido Transversal:	• Explicación • Diálogo • Debate
10	9. Comunicación Organizacional y resolución de conflictos 9.1. Comunicación 9.2. Proceso de comunicación 9.3. La comunicación organizacional 9.4. Retos y oportunidades de la comunicación organizacional 9.5. Barreras en la comunicación organizacional 9.6. Impacto de las barreras en la comunicación 9.7. Conflicto 9.8. Clasificación de los conflictos 9.9. Los conflictos en la organización	• Explicación • Diálogo • Debate
11	10. Liderazgo 10.1. Liderazgo en las organizaciones 10.2. El liderazgo de los seguidores 10.3. Componentes básicos del liderazgo 10.4. Cultura organizacional y liderazgo 10.5. Influencia del liderazgo sobre la cultura 10.6. Teorías y modelos de liderazgo	• Explicación • Diálogo • Debate
12	11. Equipos y grupos de trabajo 11.1 Los equipos y grupos de trabajo para el D.O. 11.2 Problemas 11.3. *Empowerment* 11.4. Equipos autodirigidos 11.5. Resistencia a los equipos 12. Intervenciones Globales 12.1. Reunión de todo el sistema en una habitación 12.2. Actividades de dirección estratégica 12.3. Retroalimentación de encuestas 12.4. Sistemas 1-4T de Likert 12.5. Desarrollo organizacional del Grid de Blake y Mouton	• Explicación • Diálogo • Debate

	12.6. Análisis cultural de Schein	

UNIDAD IV	LAS INTERVENCIONES TECNO ESTRUCTURALES DEL DESARROLLO ORGANIZACIONAL.	
LOGRO: Al finalizar la unidad, el estudiante: Analiza y evalúa intervenciones del Desarrollo Organizacional orientadas a la transformación estructural y al desempeño, considerando sistemas socio-técnicos, rediseño del trabajo, círculos de calidad, administración por objetivos, calidad de vida en el trabajo, administración de la calidad total y reingeniería; reconoce y aplica experiencias de entrenamiento (Grupos T, modelado de conducta y planeación de vida y carrera); comprende el proceso de consultoría en DO y el rol del consultor como agente de cambio (orígenes, fases, estrategias y tipos); y fundamenta la relación entre poder y política organizacional con la práctica del DO, identificando su papel, causas y efectos.		
SEMANAS	**CONTENIDOS**	**METODOLOGÍA**
13	13. Intervenciones Estructurales 13.1. Sistemas socio técnicos 13.2. Rediseño del trabajo 13.3. Círculos de calidad 13.4. Administración por objetivos 13.5. Calidad de vida en el trabajo 13.6. Administración de la Calidad Total 13.7. Reingeniería	• Exposición teórica • Casos prácticos • Lecturas recomendadas
14	14. Experiencias de Entrenamiento 14.1. Grupos T 14.2. Modelado de la conducta 14.3. Planeación de vida y carrera 15. El proceso de consultoría en el desarrollo organizacional 15.1. Orígenes del consultor en desarrollo organizacional 15.2. Proceso de consultoría 15.3. El proceso de consultoría en el DO 15.4. Fases del proceso de consultoría 15.5. La consultoría gerencial 15.6. Las estrategias, tácticas y modelos de Consultoría	• Explicación • Diálogo • Debate
15	16. El consultor, agente de cambio organizacional y tendencias 16.1. El agente de cambio 16.2. Perfil del Consultor 16.3. Habilidades y roles del consultor 16.4. Tipos de Consultor en DO 16.5. Causas y efectos del DO 16.6. Tendencias actuales del DO	• Explicación • Diálogo • Debate
16	17. Poder, política y desarrollo organizacional 17.1. Poder. Definición y análisis 17.2. Política organizacional, Definición y análisis 17.3. El papel del poder y la política en la práctica del DO	• Explicación • Diálogo • Debate **EVALUACIÓN FINAL**

VII. ESTRATEGIAS DIDÁCTICAS

En el desarrollo del presente curso, alineados con las competencias buscadas a los contenidos del silabo se aplicarán los siguientes instrumentos didácticos:

1. Aprendizaje Basado en Tecnologías Informáticas de Cómputo (TIC).
2. Casuística Aplicada.
3. Aprendizaje Basado en Problemas (ABP).
4. Investigación Formativa.
5. Asistencia, Participación y Trabajo en equipo.
6. Lecturas aplicadas.

VIII. RECURSOS

Para el desarrollo del presente curso se requerirá el uso de los siguientes recursos:

1. Aula Virtual
2. Whatsapp
3. Excel
4. Powerpoint
5. Balanced Score Card
6. Softwares específicos
7. Real Statistic y Megastat.
8. Videos

IX. EVALUACIÓN

El sistema de evaluación del curso es el siguiente:

.

PROM = (PAR+FIN+PPRA) / 3

Se aplica examen sustitutorio para el examen parcial o final, siempre que el promedio de prácticas sea de 07 o más.

El Promedio de prácticas (PPRA) se obtendrá de la siguiente manera:

PPRA = (PRA1+PRA2 +PRA3+TRP) / 4 (TRP=Trabajo práctico)

En caso de que el docente desee aplicar otro sistema de evaluación deberá coordinar con la dirección de la escuela.

La estructura de evaluación se da en las unidades formativas considerando la estructura de competencias que se presenta a continuación.

COMPETENCIAS	INSTRUMENTOS/CONTENIDOS	PORCENTAJE
Actitud	• Asistencia, puntualidad y trabajo en equipo	**De acuerdo con las consideraciones del curso**
Conocimiento	• Participación en clase • Prácticas expositivas en PPT • Lecturas especializadas	
Procedimientos	• Análisis de Casos • Mapas conceptuales • Debates	

Investigación Aplicada	• Investigaciones basadas en casos reales • Investigación especializada	

Rúbricas del curso:

UNIDAD I	**GESTIÓN DEL CAMBIO ORGANIZACIONAL EN LAS ORGANIZACIONES PÚBLICAS Y PRIVADAS**			
Criterio	Conocimiento del marco teórico	Aplicación de procedimiento	Análisis y aplicación practica	Soluciones creativas a la casuística
Valor				

UNIDAD II	**EL DESARROLLO ORGANIZACIONAL**			
Criterio	Conocimiento del marco teórico	Aplicación de procedimiento	Análisis y aplicación practica	Soluciones creativas a la casuística
Valor				

UNIDAD III	**INTERVENCIONES HUMANAS DEL DESARROLLO ORGANIZACIONAL**			
Criterio	Conocimiento del marco teórico	Aplicación de procedimiento	Análisis y aplicación practica	Soluciones creativas a la casuística
Valor				

UNIDAD IV	**LAS INTERVENCIONES TECNO ESTRUCTURALES DEL DESARROLLO ORGANIZACIONAL.**			
Criterio	Conocimiento del marco teórico	Aplicación de procedimiento	Análisis y aplicación practica	Soluciones creativas a la casuística
Valor				

X. REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- Cummings, T. G., & Worley, C. G. (2019). *Organization development and change* (11th ed.). Cengage Learning.
- Daft, R. L., & Marcic, D. (2023). *Understanding management* (12th ed.). Cengage Learning.
- Northouse, P. G. (2021). *Leadership: Theory and practice* (9th ed.). SAGE Publications.
- Robbins, S. P., & Judge, T. A. (2017). *Comportamiento organizacional* (17.ª ed.). Pearson Educación.
- Schein, E. H., & Schein, P. A. (2017). *Organizational culture and leadership* (5th ed.). Jossey-Bass.
- Oreg, S., Vakola, M., & Armenakis, A. A. (2011). Change recipients' reactions to organizational change: A 60-year review of quantitative studies. *The Journal of Applied Behavioral Science, 47*(4), 461–524. https://doi.org/10.1177/0021886310396550

Surco, agosto 2026.

FACULTAD DE CIENCIAS ECONÓMICAS Y EMPRESARIALES
ESCUELA PROFESIONAL DE ADMINISTRACIÓN Y GERENCIA
SILABO

I. DATOS ADMINISTRATIVOS

1. Asignatura	: Costos y Presupuestos
2. Código	: BC 0512
3. Condición	: Obligatoria
4. Requisito (s)	: Contabilidad
5. Número de créditos	: 3
6. Número de horas	: 2 Teoría y 2 Práctica
7. Semestre Académico	: 2026 II
8. Docente	:
Correo institucional	:

II. SUMILLA

Asignatura teórico-práctica, de carácter obligatorio y común de las carreras de Administración y Gerencia, Administración de Negocios Globales, Contabilidad y Finanzas, Economía y Marketing Global y Administración Comercial de la FACEE, que pertenece al área de estudios profesionales específicos y aporta al logro de la competencia específica que comprende teorías y modelos de las ciencias económicas y empresariales para tomar decisiones y desarrollar emprendimientos eficaces e innovadores con responsabilidad social. La asignatura tiene como propósito que el estudiante analice los costos y gastos incurridos en las empresas y las proyecciones financieras a corto plazo. Los contenidos que aborda la asignatura son fundamentos de los costos y presupuestos; sistemas de costos reales y estimados; formulación del presupuesto empresarial; presupuesto económico y financiero.

III. COMPETENCIAS

III.1. GENÉRICAS A LAS QUE CONTRIBUYE LA ASIGNATURA

Son competencias genéricas de la presente asignatura las siguientes:

1. Conocimiento sobre el área de estudio y profesión.
2. Capacidad de aplicar los conocimientos en la práctica.
3. Capacidad crítica y autocrítica.

III:2. COMPETENCIAS ESPECÍFICAS A LAS QUE CONTRIBUYE LA ASIGNATURA

Son competencias específicas de la presente asignatura las siguientes:

1. Interpretar la información contable y financiera para la eficiente toma de decisiones gerenciales que permitan generar el desarrollo sostenible de las operaciones, en un contexto integral de alineamiento estratégico a la visión corporativa.
2. Usa la información de costos y contable para desarrollar el proceso de planeamiento, control presupuestal y la toma de decisiones gerenciales. Considerando los principios contables y de planeamiento competitivo.

IV. DESARROLLA EL COMPONENTE DE:

Investigación ( )
Responsabilidad Social (X)

V. LOGRO DE ASIGNATURA

Entre las principales competencias que logrará alcanzar el educando tenemos; podrá tomar decisiones oportunas para asegurar la continuidad y desarrollo de la organización, Tener capacidad para lograr resultados y desarrollarse dentro de las normas y valores, Lograr competencias de Adquisición de conocimiento, destrezas que le permitan desempeñar eficazmente las tareas propias de la actividad empresarial, desempeñar un rol gerencial en los diferentes niveles empresariales, prestar servicios de asesoría, consultoría general e información especializada al entorno empresarial.

VI. PROGRAMACIÓN DE CONTENIDOS

UNIDAD I	**FUNDAMENTOS DE LOS COSTOS Y PRESUPUESTOS**	
LOGRO	Al finalizar la Unidad I, el estudiante podrá identificar, clasificar y analizar los costos relevantes y su papel estratégico dentro de una organización, y vincular estos conceptos con el ciclo presupuestario y los resultados reales para soportar decisiones operativas y de planificación.	
SEMANAS	**CONTENIDOS**	**METODOLOGÍA**
1-4	1. Introducción a costos, importancia estratégica, clasificación de costos 2. presupuesto, ciclo presupuestario, objetivos y alcance. 3. variaciones entre presupuestos y resultados reales, interpretación de reportes. 4. Identificación y clasificación de costos relevantes para la toma de decisiones.	- Exposición docente - Lectura y Diálogo - Presentación de casos - Trabajo en grupo - Mapa Conceptual

UNIDAD II	**SISTEMAS DE COSTOS REALES Y ESTIMADOS**	
LOGRO	Al finalizar la Unidad II, el estudiante podrá identificar y aplicar diferentes sistemas de costos (reales y estimados) para analizar la eficiencia operativa, asignar costos a productos/servicios y apoyar decisiones de gestión, incluyendo la estimación de costos y el análisis de desviaciones.	
SEMANAS	**CONTENIDOS**	**METODOLOGÍA**
5-8	5. Sistemas de costos reales 6. costeo directo, absorción, costeo por actividades (ABC) 7. Estimación de costos estándar y presupuestados, desviaciones entre costos estándar y real. 8. Costo-efectividad, análisis de la utilidad, punto de equilibrio, análisis marginal.	- Exposición docente - Lectura comentada - Presentación de casos - Trabajo en grupo - Mapa conceptual

UNIDAD III	FORMULACIÓN DEL PRESUPUESTO EMPRESARIAL	
LOGRO	Al finalizar la Unidad III, el estudiante podrá diseñar y coordinar el proceso de formulación del presupuesto empresarial, integrando proyecciones de demanda y capacidad, estimaciones de gastos y financiamiento, y consolidando los presupuestos funcionales en un presupuesto maestro coherente y alineado a la estrategia organizacional.	
SEMANAS	**CONTENIDOS**	**METODOLOGÍA**
9-12	9. Proceso de formulación del presupuesto 10. Proyecciones de demanda, capacidad, planificación de producción. 11. Estimación de los gastos administrativos, gastos comerciales, inversiones y financiamiento. 12. Integración de presupuestos funcionales (ventas, producción, operaciones, financiero).	- Exposición y análisis docente - Solución de casos prácticos - Trabajo grupal

UNIDAD IV	PRESUPUESTO ECONÓMICO Y FINANCIERO.	
LOGRO	Al finalizar la Unidad IV, el estudiante podrá diseñar, integrar y analizar proyecciones financieras (flujo de efectivo, estados de resultados proyectados y balance general proyectados), evaluar variaciones y ofrecer recomendaciones de control y acción estratégica para optimizar la liquidez, la rentabilidad y la solidez financiera de la organización.	
SEMANAS	**CONTENIDOS**	**METODOLOGÍA**
13 - 16	13. Flujo de efectivo, necesidades de caja, financiamiento, estructura de capital. 14. Estados de Resultados proyectados 15. Balance General proyectados 16. Análisis de variaciones y control	- Mapa conceptual - Explicación de fórmulas - Trabajo grupal - Casos prácticos.

VII. ESTRATEGIAS DIDÁCTICAS

En el desarrollo del presente curso, alineados con las competencias a los contenidos del silabo se aplicarán los siguientes instrumentos didácticos:

1. Aprendizaje Basado en Tecnologías Informáticas de Cómputo (TIC).
2. Casuística Aplicada.
3. Aprendizaje Basado en Problemas (ABP).
4. Investigación Formativa.
5. Asistencia, Participación y Trabajo en equipo.
6. Lecturas aplicadas.

VIII. RECURSOS

Para el desarrollo del presente curso se requerirá el uso de los siguientes recursos:

1. Aula Virtual

2. Whatsapp
3. Excel
4. Powerpoint
5. Software específicos
6. Real Statistic y Megastat.
7. Economática, SIMDEF, SAP-FIN
8. Videos

IX. EVALUACIÓN

El sistema de evaluación del curso es el siguiente:

.

PROM = (PAR+FIN+PPRA) / 3

Se aplica examen sustitutorio para el examen parcial o final, siempre que el promedio de prácticas sea de 07 o más.

El Promedio de prácticas (PPRA) se obtendrá de la siguiente manera:

PPRA = (PRA1+PRA2 +PRA3+TRP) / 4 (TRP=Trabajo práctico)

En caso de que el docente desee aplicar otro sistema de evaluación deberá coordinar con la dirección de la escuela.

La estructura de evaluación se da en las unidades formativas considerando la estructura de competencias que se presenta a continuación.

COMPETENCIAS	INSTRUMENTOS/CONTENIDOS	PORCENTAJE
Actitud	- Asistencia, puntualidad y trabajo en equipo	**De acuerdo a las consideraciones del curso**
Conocimiento	- Participación en clase - Prácticas expositivas en PPT - Lecturas especializadas	
Procedimientos	- Análisis de Casos - Mapas conceptuales - Debates	
Investigación Aplicada	- Investigaciones basadas en casos reales - Investigación especializada	

X. REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

Cataldo, R., & Paredes, M. (2020). *Contabilidad de costos y gestión* (3.ª ed.). McGraw-Hill.

Horngren, C. T., Datar, S. M., & Rajan, M. V. (2019). *Contabilidad de costos: Un enfoque gerencial* (16.ª ed.). Pearson Educación.

Kaplan, R. S., & Anderson, S. R. (2007). *Time-driven activity-based costing: A simpler and more powerful path to higher profits*. Harvard Business School Press.

Kaplan, R. S., & Cooper, R. (1998). *Cost & effect: Using integrated cost systems to drive profitability and performance*. Harvard Business School Press.

Mallo, C., & Merlo, J. (1995). *Control de gestión y control presupuestario*. McGraw-Hill.

Polimeni, R. S., Fabozzi, F. J., Adelberg, A. H., & Kole, M. L. (2019). *Contabilidad de costos: Conceptos y aplicaciones para la toma de decisiones gerenciales* (6.ª ed.). McGraw-Hill.

Ross, S. A., Westerfield, R. W., & Jordan, B. D. (2022). *Fundamentos de finanzas corporativas* (13.ª ed.). McGraw Hill Interamericana Editores.

Surco, agosto 2026.

UNIVERSIDAD RICARDO PALMA

FACULTAD: CIENCIAS ECONÓMICAS Y EMPRESARIALES
ESCUELA PROFESIONAL DE ADMINISTRACIÓN Y GERENCIA
SÍLABO

I. DATOS ADMINISTRATIVOS:

1.	Asignatura o módulo:	Creatividad e Innovación
2.	Código	BC 0514
3.	Condición	Obligatorio
4.	Requisitos (s):	Ninguno
5.	Número de créditos:	3
6.	Número de horas:	Teóricas: 2 Prácticas: 2
7.	Semestre académico	V
8.	Docente:	Jorge Luis Escalante Flores
	Correo institucional:	jorge.escalante@urp.edu.pe

II. SUMILLA

Asignatura teórico-práctica, de carácter obligatorio y común de las carreras de Administración y Gerencia, Administración de Negocios Globales, Contabilidad y Finanzas, Economía y Marketing Global y Administración Comercial de la FACEE, que pertenece al área de estudios profesionales específicos y aporta al logro de la competencia específica que comprende teorías y modelos de las ciencias económicas y empresariales para tomar decisiones y desarrollar emprendimientos eficaces e innovadores con responsabilidad social. La asignatura tiene como propósito que el estudiante desarrolle una actitud creativa y emprendedora en los negocios locales y globales. Los contenidos que aborda la asignatura son: metodologías para desarrollo de ideas de negocios innovadoras; validación de la idea y propuesta de una solución; implementación de un modelo de negocios emprendedor; presentación e introducción al mercado del producto innovador.

III. COMPETENCIAS

III.1. Competencias Genéricas

Habilidades interpersonales

1. Capacidad para generar ideas originales y soluciones innovadoras en contextos empresariales.
2. Analiza información y toma decisiones estratégicas con información limitada.
3. Identifica necesidades reales del usuario y diseña soluciones con valor.
4. Expresa ideas de manera clara, persuasiva y estructurada.
5. Colabora eficazmente y lidera equipos hacia objetivos comunes
6. Evalúa información, reflexiona sobre resultados y mejora continuamente.
7. Diseña propuestas de valor considerando impacto social y sostenibilidad.

III.2. Competencia Específica

1. Desarrollar el talento humano en la organización para crear un clima y cultura organizacional orientada al Empowerment y enfocada a la adaptación al cambio estratégico y la toma de decisiones gerenciales bajo una visión ética.

IV. DESARROLLA EL COMPONENTE DE:

Investigación formativa (X)

Responsabilidad social (X)

V. LOGRO DE LA ASIGNATURA: Al finalizar la asignatura, el estudiante diseña, valida e implementa propuestas de negocio innovadoras, aplicando metodologías ágiles y modelos empresariales, para la toma de decisiones estratégicas orientadas a la creación de valor con responsabilidad social en contextos locales, nacionales e internacionales.

VI. PROGRAMACIÓN DE CONTENIDOS

UNIDAD I:	**METODOLOGÍAS PARA DESARROLLO DE IDEAS DE NEGOCIOS INNOVADORAS**
Al finalizar la unidad, el estudiante identifica oportunidades de negocio a partir del análisis del entorno y aplica técnicas de creatividad para la generación de ideas innovadoras centradas en el usuario.	
Semana	**Contenido**
1	Introducción a la creatividad e innovación en los negocios. Tendencias mundiales y locales.
2	Técnicas de creatividad (brainstorming, mapas mentales).
3	Identificación de problemas y necesidades del cliente (empatía – Design Thinking).
4	Definición del problema y formulación del reto de innovación.

UNIDAD II:	**VALIDACIÓN DE IDEAS Y PROPUESTA DE VALOR**
LOGRO DE APRENDIZAJE: Al finalizar la unidad, el estudiante valida ideas de negocio mediante la formulación de hipótesis y experimentación con clientes, diseñando propuestas de valor diferenciadas.	
Semana	**Contenido**
5	Diseño de la propuesta de valor (Value Proposition Canvas).
6	Validación de ideas: hipótesis, experimentos y MVP (**Minimum Viable Product"). en español: Producto Mínimo Viable.**
7	Investigación de mercado ágil (customer discovery).
8	P A R C I A L E S

UNIDAD III:	**IMPLEMENTACIÓN DE UN MODELO DE NEGOCIOS EMPRENDEDOR**
LOGRO DE APRENDIZAJE: Al finalizar la unidad, el estudiante estructura modelos de negocio innovadores, evaluando su viabilidad mediante herramientas estratégicas y procesos de iteración	
Semana	**Contenido**
9	Introducción a modelos de negocio innovadores.
10	Business Model Canvas: diseño del modelo de negocio.
11	Estrategias de monetización e innovación en ingresos.
12	Validación y pivoteo del modelo de negocio.

UNIDAD IV:	INTRODUCCIÓN AL MERCADO DEL PRODUCTO INNOVADOR
Al finalizar la unidad, el estudiante diseña estrategias de introducción al mercado y comunica efectivamente su propuesta de negocio mediante presentaciones persuasivas orientadas a inversionistas y clientes.	
Semana	**Contenido**
13	Estrategias de introducción al mercado
14	Storytelling y elaboración de pitch de negocios.
15	Presentación proyecto integrador para la Feria de emprendimiento.
16	EXAMENES FINALES

VII. ESTRATEGIAS DIDÁCTICAS

- Aprendizaje Basado en Problemas (ABP): Planteamiento de retos reales del entorno local.
- Análisis de casos reales: startups exitosas y fracasos.
- Trabajo colaborativo: generación de ideas en equipos multidisciplinarios.
- Role playing: simulación de interacción con clientes.
- Feedback iterativo: retroalimentación docente y de pares.
- Uso de herramientas visuales: Business Model Canvas.
- Aprendizaje colaborativo: construcción conjunta del modelo.
- Estudio de casos: modelos disruptivos (Netflix, Airbnb, etc.)
- Simulación empresarial: toma de decisiones sobre ingresos y costos
- Exposición en Feria de emprendimiento (Demo day)

VIII. RECURSOS

PPT (conceptos clave)
Video de startups
Debates
Trabajos grupales
Cartulina, plumones
Casos peruanos
Plantilla model canvas

IX. EVALUACIÓN

UNIDAD	TIPOS DE EVALUACIÓN
I	Práctica Calificada (01)
II	Practica Calificada (02)
III	Practica Calificada (03)
V	Proyecto en feria (05)

NF=PRA1+PRA2+PRA3+presentación del proyecto en feria /4

Rúbrica de evaluación proyecto integrador

Criterio	Deficiente (0-10)	Aceptable (11-13)	Bueno (14-14)	Excelente (18-20)
1. Identificación del problema	Problema confuso o inexistente	Problema poco claro o débilmente sustentado	Problema claro y relevante	Problema claramente definido, relevante y basado en evidencia del usuario
2. Propuesta de valor	Confusa o no definida	Poco diferenciada	Clara y coherente	Altamente innovadora, diferenciada y alineada al cliente
3. Validación con clientes	Sin validación	Validación limitada	Evidencia suficiente	Evidencia sólida (datos reales, entrevistas, pruebas)
4. Desarrollo de MVP	No presenta MVP	MVP poco claro	MVP básico funcional	Prototipo funcional y adecuado para pruebas
5. Modelo de negocio (Canvas)	Incorrecto o ausente	Incompleto o con inconsistencias	Completo y funcional	Completo, coherente e innovador
6. Viabilidad (técnica y económica)	No viable o no sustentada	Viabilidad dudosa	Viable con sustento básico	Altamente viable y bien sustentado
7. Innovación y creatividad	Tradicional/copiada	Poca innovación	Presenta innovación	Solución altamente innovadora y original
8. Estrategia de introducción al mercado	No presenta estrategia	Estrategia débil	Estrategia adecuada	Estrategia clara, viable y bien segmentada
9. Presentación (Pitch)	Desorganizada	Poco clara	Clara y ordenada	Clara, persuasiva, estructurada y profesional
10. Trabajo en equipo	Trabajo desorganizado	Coordinación limitada	Buena coordinación	Excelente coordinación y roles definidos

RÚBRICA ADICIONAL PARA LA PRESENTACIÓN DEL PROYECTO EN LA FERIA DE EMPRENDIMIENTO:

Criterio	Alto	Medio alto	Medio	Bajo
Impacto del proyecto	☐	☐	☐	☐

Criterio	Alto	Medio alto	Medio	Bajo
Nivel de innovación	☐	☐	☐	☐
Potencial de mercado	☐	☐	☐	☐

X. REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- Equipos innovadores: Libera la energía creativa. Genera nuevas ideas. Haz una lluvia de ideas eficaz
  HARVARD BUSINESS REVIEW PRESS. Boston, Massachusetts
  2023
- Nacido para innovar: Prácticas esenciales para incorporar la innovación al ADN de tu empresa. BEN M. BENSAOU con Karl Weber
  Mac graw Hill 2024
- Estrategias para la innovación en el siglo XXI
  Alexander Ortiz Ocaña.
  Klasse Editorial 2024
- Liderazgo y habilidades directivas
  Bertha madrigal Torres
  Ediciones McGraw Hill Interamericana
  2024
- Creatividad en acción. Construyendo un mundo mejor
  Alejandro Schnarch Kirberg
  Ediciones de la U
  2024

Surco, Agosto 2026



UNIVERSIDAD
RICARDO PALMA



INVESTIGACIÓN DE MERCADOS









FACULTAD DE CIENCIAS ECONÓMICAS Y EMPRESARIALES

UNIVERSIDAD RICARDO PALMA

ESCUELA PROFESIONAL DE ADMINISTRACIÓN Y GERENCIA
SILABO

I. DATOS ADMINISTRATIVOS

1. Asignatura	: Investigación de Mercados
2. Código	: BC-0513
3. Condición	: Obligatoria
5. Requisito (s)	: Estadística Aplicada
6. Número de créditos	: 3
7. Número de horas	: 2 Teoría y 2 Laboratorio
8. Semestre Académico	: 2026 II
9. Docente	: Villa Esteves, José Antonio: jose.villa@urp.edu.pe

II. SUMILLA

Asignatura teórico-práctica, de carácter obligatorio y común de las carreras de Administración y Gerencia, Administración de Negocios Globales, Contabilidad y Finanzas, Economía y Marketing Global y Administración Comercial de la FACEE, que pertenece al área de estudios profesionales específicos y aporta al logro de la competencia específica comprende teorías y modelos de las ciencias económicas y empresariales para tomar decisiones y desarrollar emprendimientos eficaces e innovadores con responsabilidad social. La asignatura tiene como propósito que el estudiante aplique técnicas cualitativas y cuantitativas en el desarrollo del estudio de mercado para la toma de decisiones de la gerencia en el contexto nacional y global. Los contenidos que aborda la asignatura son naturaleza y alcance de la investigación de mercados; investigación exploratoria y cualitativa; métodos e instrumentos de recolección de datos, recolección y procesamiento utilizando software especializado, análisis, interpretación y presentación de resultados.

III. COMPETENCIAS

III.1. GENÉRICAS QUE CONTRIBUYE LA ASIGNATURA

Son competencias genéricas de la presente asignatura las siguientes:

1. Capacidad de abstracción, análisis y síntesis
2. Conocimiento sobre el area de estudio y profesión
3. Capacidad de aplicar los conocimientos en la práctica
4. Responsabilidad social y compromiso ciudadano
5. Capacidad para motivar y conducir hacia metas comunes
6. Capacidad de Investigación

III.2. ESPECÍFICAS QUE CONTRIBUYE LA ASIGNATURA

Las competencias específicas centrales del presente curso son:

1. Innova los procesos administrativos para desarrollar operaciones que aseguren la eficiencia, eficacia y competitividad organizacional, en los diferentes contextos competitivos locales y globales en los que puede interactuar una empresa; teniendo en cuenta la evolución competitiva de los mercados nacionales e internacionales.
2. Formular planes de marketing para asegurar la adecuada toma de decisiones gerenciales, permitiéndose a través del adecuado conocimiento del comportamiento del consumidor, la eficiente gestión integral de datos y la investigación de mercados, lograr los objetivos estratégicos de marketing; dentro del contexto de mercados competitivos.

IV. DESARROLLA EL COMPONENTE DE:

Investigación	(X)
Responsabilidad Social	( )

Esta asignatura forma parte del sistema de evaluación de la investigación formativa.

V. LOGRO DE ASIGNATURA

El alumno al finalizar el curso estará en capacidad de desarrollar y elaborar informes de estudios de investigación de mercados de tipo cualitativo y cuantitativo.

VI. PROGRAMACIÓN DE CONTENIDOS

UNIDAD I:	NATURALEZA Y ALCANCE DE LA INVESTIGACIÓN DE MERCADOS	
LOGRO	Como resultado del proceso de aprendizaje de esta primera unidad del curso el alumno estará en capacidad de sentar las bases del conocimiento de las herramientas de la investigación de mercado, su proceso, el comportamiento del consumidor, la segmentación y el posicionamiento en la formulación de un informe de investigación exploratoria.	
SEMANAS	**CONCEPTUAL/CONTENIDOS**	**METODOLOGÍA**
1.1. 1.2. 2.1. 2.2. 3.1. 3.2. 4.1. 4.2.	1. Sub-Sistema: Investigación de Mercados 1.1. Investigación de Mercados 1.2. Proceso de la Investigación de Mercados **Primer Laboratorio** 2. Proceso de la Investigación de Mercados 2.1. Definición del Problema 2.2. Enfoque del Problema 2.3. Diseño de la Investigación 2.4. Desarrollo de la Investigación 2.5. Análisis de los datos 2.6. Elaboración del Informe **Segundo Laboratorio** 3. Comportamiento del Consumidor 3.1. Modelo de la Caja Oscura 3.2. Comportamiento de compra el consumidor **Tercer Laboratorio** 4. Segmentación y posicionamiento 4.1. Segmentación del mercado 4.2 Posicionamiento **Cuarto Laboratorio**	• Exposición Teórica • Lecturas Didácticas • ABP TIC dirigido 1 • ABP TIC calificado 1 • Discusión Grupal • Videos • Exposición de Contenidos • Informe grupal

UNIDAD II	INVESTIGACIÓN EXPLORATORIA Y CUALITATIVA	
LOGRO	Como resultado del proceso de aprendizaje de esta segunda unidad del curso el alumno estará en capacidad de sentar las bases del conocimiento de las herramientas de la investigación de mercado exploratorio y cualitativo y la gestión de fuentes de datos básico en la formulación de un informe de investigación cualitativo.	
SEMANAS	**CONCEPTUAL/CONTENIDOS**	**METODOLOGÍA**
5.1 5.2. 6.1.	5. La Investigación Exploratoria 5.1. Concepto 5.2. Tipos de Investigación Exploratoria 5.2.1. Fuentes Secundarias 5.2.2. Estudio de casos 5.2.3. La Observación Preliminar **Quinto Laboratorio** 6. La Investigación Cualitativa	• Exposición Teórica • Lecturas Didácticas • ABP TIC dirigido 2 • ABP TIC calificado 2 • Discusión Grupal • Videos • Exposición de

	6.1.	Concepto	Contenidos
	6.2.	Tipos de Investigación Cualitativa	• Informe grupal
	6.2.1.	La Entrevista Personal	
	6.2.2.	La Entrevista Grupal	
6.2.		**Sexto Laboratorio**	
7.1.	7.	Técnicas proyectivas de datos	
	7.1.	Concepto	
	7.2.	Técnicas utilizadas	
7.2.		**Séptimo Laboratorio**	
8.1.	8.	Fuentes de datos	
	8.1.	Datos Secundarios	
	8.2.	Datos Primarios	
8.2.		**Octavo Laboratorio**	

UNIDAD III	**MÉTODOS E INSTRUMENTOS DE RECOLECCIÓN DE DATOS**	
LOGRO	Como resultado del proceso de aprendizaje de esta tercera unidad del curso el alumno estará en capacidad de sentar las bases del conocimiento de las herramientas del muestreo, los diseños cuantitativos descriptivos en la formulación de un informe de investigación cuantitativo.	
SEMANAS	**CONCEPTUAL/CONTENIDOS**	**METODOLOGÍA**
9.1.	9. Diseño Muestral	• Exposición Teórica
	9.1. Concepto	• Lecturas Didácticas
	9.2. Desarrollo del Plan Muestral	• ABP TIC dirigido 3
	9.3. Técnicas de Muestreo	• ABP TIC calificado 3
	9.3.1. Muestreo no probabilístico	• Discusión Grupal
	9.3.2. Muestreo probabilístico	• Videos
9.2.	**Noveno Laboratorio**	• Exposición de Contenidos
10.1.	10. Diseños Cuantitativos	• Informe grupal
	10.1. Diseños Transversales	
	10.2. Diseños Longitudinales	
10.2.	**Décimo Laboratorio**	
11.1.	11. Diseños de Investigación Descriptiva	
	11.1. Encuestas	
	11.2. Observación del mercado	
11.2.	**Décimo Primer Laboratorio**	
12.1.	12. Diseños de Investigación Causal	
	12.1. Diseños Cuasi Experimentales	
	12.2. Diseños Experimentales	
12.2.	**Décimo Segundo Laboratorio**	

UNIDAD IV	**RECOLECCIÓN Y PROCESAMIENTO UTILIZANDO SOFTWARE ESPECIALIZADO, ANÁLISIS, INTERPRETACIÓN Y PRESENTACIÓN DE RESULTADOS**	
LOGRO	Como resultado del proceso de aprendizaje de esta cuarta unidad del curso el alumno estará en capacidad de sentar las bases del conocimiento de las herramientas de la medición, el análisis de datos en la formulación de un informe de investigación cuantitativo.	
SEMANAS	**CONCEPTUAL/CONTENIDOS**	**METODOLOGÍA**
13.1.	13. Medición de datos	• Exposición Teórica
	13.1. Nivel de Medición nominal	• Lecturas Didácticas
	13.2. Nivel de Medición Ordinal	• ABP TIC dirigido 4
13.2.	**Décimo Tercer Laboratorio**	• ABP TIC calificado 4
14.1.	14. Escalas de medición en marketing	• Discusión Grupal
	14.1. Escala de medición de Actitudes	• Videos
	14.2. Escalas de clasificación por orden	

14.2.		**Décimo Cuarto Laboratorio**	• Exposición de Contenidos • Informe grupal
15.1.	15.	Análisis de Datos	
	15.1.	Análisis Paramétrico de Datos	
	15.2.	Análisis no Paramétrico de Datos	
15.2.		**Décimo Quinto Laboratorio**	
16.1.	16.	El Informe de Investigación de Mercados	
	16.1.	Tipos de Informes	
	16.2.	Estructura del Informe	
16.2.		**Décimo Sexto Laboratorio**	

VII. ESTRATEGIAS DIDÁCTICAS

En el desarrollo del presente curso, alineados con las competencias buscadas y adecuados al sistema de enseñanza virtual, a los contenidos del silabo se aplicarán los siguientes instrumentos didácticos:

1. Aprendizaje Basado en Tecnologías Informáticas de Cómputo (TIC).
2. Casuística Aplicada.
3. Aprendizaje Basado en Problemas (ABP)
4. Investigación Formativa.
5. Asistencia, Participación y Trabajo en equipo.
6. Lecturas aplicadas.

VIII. RECURSOS:

Para el desarrollo del presente curso se requerirá el uso de los siguientes recursos:

1. Aula Virtual,
2. WhatsApp
3. Excel
4. PowerPoint
5. Software específico,
6. Real Statistic y Megastat.
7. Videos

Dentro del marco de formación en sistemas el profesor deberá utilizar los software y simuladores que se disponen para los cursos según el siguiente detalle:

ÁREA	FINANZAS	MARKETING	OPERACIONES	CADENA DE SUMINISTROS
SOFTWARE Y SIMULADORES	**SAP-FIN**	**SAP-S/D**	**SAP-R/P**	**SAP-M/M**
	SIMDEF	**MARKLOG**	**SIMPRO**	**SIMPRO**
	ALFI	**MARKSTRATED**		
	ECONOMÁTICA			

Las demás asignaturas continuarán utilizando, según sea el caso, Excel, Power BI, Balanced Score Card, SPSS, Minitab, Sotero, etc.

IX. EVALUACIÓN

El sistema de evaluación del curso es permanente y la fórmula de calificación es la siguiente:

PROM = (PRC1+ PRC2+ PRC3+ PRC4+ PRC5)/4

De las 5 notas se anula la nota más baja.

La estructura de evaluación se da en 4 unidades formativas considerando la estructura de competencias que se presenta a continuación.

COMPETENCIAS	INSTRUMENTOS/CONTENIDOS	PORCENTAJE
Conocimiento del marco teórico	• Aprendizaje de los conceptos teóricos de la unidad	10%
Aplicación de procedimientos	• Uso adecuado de las herramientas teóricas en casos reales.	20%
Análisis y aplicación práctica	• Análisis de casos reales y aplicación correcta de los instrumentos.	45%
Investigación Aplicada	• Investigaciones basadas en casos reales e investigación especializada.	25%

Rúbricas del curso:

UNIDAD I:	**NATURALEZA Y ALCANCE DE LA INVESTIGACIÓN DE MERCADOS**			
Criterio	Conocimiento del marco teórico	Aplicación de procedimiento	Análisis y aplicación practica	Soluciones creativas a la casuística
Valor	**0.50 puntos**	**1.00 puntos**	**2.25 puntos**	**1.25 puntos**
Comprensión de conceptos del SIM y el proceso de la investigación de mercados	Define de manera correcta los conceptos teóricos de la unidad	Aplica de manera básica las herramientas teóricas de la unidad.	Relaciona y analiza cada etapa del proceso con el caso, aportando análisis crítico y argumentos.	Integra conceptos con un análisis profundo; propone ideas creativas.
Aplicación del proceso	Identifica la secuencia básica teórica del uso de las herramientas aprendidas en la unidad	Aplica la secuencia y pasos siguiendo lo aprendido de manera mecánica	Analiza y justifica la elección de procedimientos según necesidades del caso.	Rediseña el proceso ajustándolo al contexto, propone alternativas innovadoras o adaptaciones.
Presentación y redacción	Presenta la evidencia con una estructura básica y lenguaje claro.	Organiza la evidencia, aunque sin mayor elaboración, siguiendo la estructura solicitada.	Redacta de forma clara, organizada y relacionando teoría con ejemplos del caso.	Presenta ideas originales y estructuradas; usa apoyos visuales/esquemáticos innovadores.
Investigación	No aporta los contenidos innovadores basados en investigación en redes e IA y otras fuentes académicamente validadas.	Aporta contenidos básicos basados en investigación en redes e IA y otras fuentes académicamente validadas.	Aporta contenidos innovadores basados en investigación en redes e IA y otras fuentes académicamente validadas.	Aporta y analiza contenidos innovadores basados en investigación en redes e IA y otras fuentes académicamente validadas.

UNIDAD II	INVESTIGACIÓN EXPLORATORIA Y CUALITATIVA			
Criterio	Conocimiento del marco teórico	Aplicación de procedimiento	Análisis y aplicación practica	Soluciones creativas a la casuística
Valor	**0.50 puntos**	**1.00 puntos**	**2.25 puntos**	**1.25 puntos**
Comprensión de conceptos del SIM y el proceso de la investigación de mercados	Define de manera correcta los conceptos teóricos de la unidad.	Aplica de manera básica las herramientas teóricas de la unidad.	Relaciona y analiza cada etapa del proceso con el caso, aportando análisis crítico y argumentos.	Integra conceptos con un análisis profundo; propone ideas creativas.
Aplicación del proceso	Identifica la secuencia básica teórica del uso de las herramientas aprendidas en la unidad.	Aplica la secuencia y pasos, siguiendo lo aprendido de manera mecánica.	Analiza y justifica la elección de procedimientos según necesidades del caso.	Rediseña el proceso ajustándolo al contexto, propone alternativas innovadoras o adaptaciones.
Presentación y redacción	Presenta la evidencia con una estructura básica y lenguaje claro.	Organiza la evidencia, aunque sin mayor elaboración, siguiendo la estructura solicitada.	Redacta de forma clara, organizada y relacionando teoría con ejemplos del caso.	Presenta ideas originales y estructuradas; usa apoyos visuales/esquemáticos innovadores.
Investigación	No aporta los contenidos innovadores basados en investigación en redes e IA y otras fuentes académicamente validadas.	Aporta contenidos básicos basados en investigación en redes e IA y otras fuentes académicamente validadas.	Aporta contenidos innovadores basados en investigación en redes e IA y otras fuentes académicamente validadas.	Aporta y analiza contenidos innovadores basados en investigación en redes e IA y otras fuentes académicamente validadas.

UNIDAD III	MÉTODOS E INSTRUMENTOS DE RECOLECCIÓN DE DATOS			
Criterio	Conocimiento del marco teórico	Aplicación de procedimiento	Análisis y aplicación practica	Soluciones creativas a la casuística
Valor	**0.50 puntos**	**1.00 puntos**	**2.25 puntos**	**1.25 puntos**
Comprensión de conceptos del SIM y el proceso de la investigación de mercados	Define de manera correcta los conceptos teóricos de la unidad.	Aplica de manera básica las herramientas teóricas de la unidad.	Relaciona y analiza cada etapa del proceso con el caso, aportando análisis crítico y argumentos.	Integra conceptos con un análisis profundo; propone ideas creativas.
Aplicación del proceso	Identifica la secuencia básica teórica del uso de las herramientas aprendidas en la unidad.	Aplica la secuencia y pasos, siguiendo lo aprendido de manera mecánica.	Analiza y justifica la elección de procedimientos según necesidades del	Rediseña el proceso ajustándolo al contexto, propone alternativas

			caso.	innovadoras o adaptaciones.
Presentación y redacción	Presenta la evidencia con una estructura básica y lenguaje claro.	Organiza la evidencia, aunque sin mayor elaboración, siguiendo la estructura solicitada.	Redacta de forma clara, organizada y relacionando teoría con ejemplos del caso.	Presenta ideas originales y estructuradas; usa apoyos visuales/esquemáticos innovadores.
Investigación	No aporta los contenidos innovadores basados en investigación en redes e IA y otras fuentes académicamente validadas.	Aporta contenidos básicos basados en investigación en redes e IA y otras fuentes académicamente validadas.	Aporta contenidos innovadores basados en investigación en redes e IA y otras fuentes académicamente validadas.	Aporta y analiza contenidos innovadores basados en investigación en redes e IA y otras fuentes académicamente validadas.

UNIDAD IV	**RECOLECCIÓN Y PROCESAMIENTO UTILIZANDO SOFTWARE ESPECIALIZADO, ANÁLISIS, INTERPRETACIÓN Y PRESENTACIÓN DE RESULTADOS**			
Criterio	Conocimiento del marco teórico	Aplicación de procedimiento	Análisis y aplicación practica	Soluciones creativas a la casuística
Valor	**0.50 puntos**	**1.00 puntos**	**2.25 puntos**	**1.25 puntos**
Comprensión de conceptos del SIM y el proceso de la investigación de mercados	Define de manera correcta los conceptos teóricos de la unidad.	Aplica de manera básica las herramientas teóricas de la unidad.	Relaciona y analiza cada etapa del proceso con el caso, aportando análisis crítico y argumentos.	Integra conceptos con un análisis profundo; propone ideas creativas.
Aplicación del proceso	Identifica la secuencia básica teórica del uso de las herramientas aprendidas en la unidad.	Aplica la secuencia y pasos, siguiendo lo aprendido de manera mecánica.	Analiza y justifica la elección de procedimientos según necesidades del caso.	Rediseña el proceso ajustándolo al contexto, propone alternativas innovadoras o adaptaciones.
Presentación y redacción	Presenta la evidencia con una estructura básica y lenguaje claro.	Organiza la evidencia, aunque sin mayor elaboración, siguiendo la estructura solicitada.	Redacta de forma clara, organizada y relacionando teoría con ejemplos del caso.	Presenta ideas originales y estructuradas; usa apoyos visuales/esquemáticos innovadores.
Investigación	No aporta los contenidos innovadores basados en investigación en redes e IA y otras fuentes académicamente validadas.	Aporta contenidos básicos basados en investigación en redes e IA y otras fuentes académicamente validadas.	Aporta contenidos innovadores basados en investigación en redes e IA y otras fuentes académicamente validadas.	Aporta y analiza contenidos innovadores basados en investigación en redes e IA y otras fuentes académicamente validadas.

X. REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- Díaz, A. (2013). *Estadística aplicada a la administración y la economía*. McGraw-Hill/Interamericana Editores.
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2016). *Dirección de marketing* (15.ª ed.). Pearson Educación.
- Lamb, C. W., Hair, J. F., & McDaniel, C. (2018). *Marketing: Con aplicaciones para América Latina*. Cengage Learning.
- Malhotra, N. (2016). *Investigación de mercados: Conceptos esenciales*. Pearson Educación.
- McDaniel, C., Jr., & Gates, R. (2016). *Investigación de mercados* (10.ª ed.). Cengage Learning.
- Rodríguez, J., Pierdant, A. I., & Rodríguez, E. C. (2016). *Estadística para administración* (2.ª ed.). Grupo Editorial Patria.
- Schiffman, L. G., & Wisenblit, J. (2015). *Comportamiento del consumidor* (11.ª ed.). Pearson Educación.

Surco, agosto 2026.



UNIVERSIDAD RICARDO PALMA
FACULTAD DE CIENCIAS ECONÓMICAS Y EMPRESARIALES
SILABO

I. DATOS ADMINISTRATIVOS

1. Asignatura : Administración Financiera
2. Código : AG 0601
3. Condición : Obligatoria
4. Requisito (s) : Matemática Financiera
5. Número de créditos : 4
6. Número de horas : 2 Teoría y 4 Práctica
7. Semestre Académico: 2026 II
8. Docente :
   Correo institucional :

II. SUMILLA

Asignatura teórico-práctica que pertenece al área de Estudios Profesionales Especializados y aporta al logro de la competencia específica que contribuye con la adecuada toma decisiones de inversión, financiamiento y gestión de recursos financieros en la empresa para asegurar el uso adecuado de los instrumentos de la gestión financiera para fortalecer la toma de decisiones gerenciales que asegure la sostenibilidad económica, financiera y social de las organizaciones empresariales; el contexto nacional y/o global donde operan. El logro fundamental del curso busca desarrollar en el educando el conocimiento y el uso de las herramientas de la administración financiera en la gestión financiera de las organizaciones. Los contenidos temáticos básicos del curso son los siguientes: Perspectiva general de las Finanzas corporativas, planeación financiera y administración del capital de trabajo, valoración de flujos de efectivo futuros y Planeación financiera a largo plazo.

III. COMPETENCIAS

III.1. COMPETENCIAS GENÉRICAS A LAS QUE CONTRIBUYE LA ASIGNATURA

Son competencias genéricas de la presente asignatura las siguientes:

1. Capacidad de abstracción, análisis y síntesis
2. Habilidades para buscar, procesar y analizar información procedente de fuentes diversas
3. Conocimiento sobre el área de estudio y profesión
4. Capacidad para tomar decisiones
5. Capacidad para trabajar en equipo
6. Habilidades en el uso de tecnologías de información y de la comunicación.

III.2. COMPETENCIAS ESPECÍFICAS A LAS QUE TRIBUTA LA ASIGNATURA

Son competencias específicas de la presente asignatura las siguientes:

1. Interpretar la información contable y financiera para la eficiente toma de decisiones gerenciales que permitan generar el desarrollo sostenible de las operaciones, en un contexto integral de alineamiento estratégico a la visión corporativa.

2. Usa la información de costos y contable para desarrollar el proceso de planeamiento, control presupuestal y la toma de decisiones gerenciales. Considerando los principios contables y de planeamiento competitivo.
3. Toma decisiones de inversión, financiamiento y gestión de recursos financieros en la empresa para asegurar el uso adecuado de los instrumentos de la gestión financiera para fortalecer la toma de decisiones gerenciales que asegure la sostenibilidad económica, financiera y social de las organizaciones empresariales; el contexto nacional y/o global donde operan.

IV. DESARROLLA EL COMPONENTE DE:

Investigación ( )
Responsabilidad Social (X)

V. LOGRO DE ASIGNATURA

Introducir al estudiante en temas fundamentales relacionados con el manejo financiero responsable de una organización, haciendo énfasis en el análisis de riesgos mínimo que toda organización debe realizar, el nivel de apalancamiento que puede mantener, el manejo apropiado del capital de trabajo, el impacto financiero del pago de dividendos y recompra de acciones, así como la trascendencia financiera del buen gobierno corporativo. Al final del curso el estudiante tiene una visión panorámica general de lo que implica el manejo financiero responsable de una empresa

VI. PROGRAMACIÓN DE CONTENIDOS

UNIDAD I	**PERSPECTIVA GENERAL DE LAS FINANZAS CORPORATIVAS**	
LOGRO	Evaluar la función fundamental del Administrador en el contexto de las finanzas corporativas dentro de las organizaciones empresariales, precisando la meta de la administración financiera, los problemas de la agencia, los mercados financieros; interpretando los estados financieros de la corporación.	
SEMANAS	**CONTENIDOS**	**METODOLOGIA**
1 - 2	Introducción 1.1 Finanzas corporativas y el administrador financiero 1.2 Formar de organización empresarial 1.3 La meta de la administración financiera 1.4 El problema de agencia y el control de la corporación. 1.5 Mercados financieros y la corporación. 1.6 Resumen y conclusiones. 2. Estados financieros, impuestos y flujo de efectivo. 2.1 El Estado de Situación Financiera (Balance general) 2.2 Estado de resultados (Estado de Situación Financiera) 2.3 Análisis del Flujo de efectivo.	● Exposición introductoria-Diálogo. ● Prueba de Entrada. ● Ejemplificación con aporte estudiantil. ● Exposición ampliada. ● Ejemplificación y debate ampliado. ● Explicación y diálogo compartido. ● Investigación grupal.

	2.4 Importancia del Flujo de Efectivo, depreciación, Métodos de depreciación, Impuestos. Resumen y conclusiones.	• Ejercicios propuestos. • Análisis y debate casuístico de la realidad. Prueba 1

UNIDAD II	**PLANEACIÓN FINANCIERA Y ADMINISTRACIÓN DEL CAPITAL DE TRABAJO**	
LOGRO	Al finalizar la unidad, el estudiante será capaz de elaborar planes y proyecciones financieras, analizar la situación económica de una organización y administrar eficientemente el efectivo, las cuentas por cobrar, los inventarios y las cuentas por pagar, procurando el equilibrio entre liquidez, rentabilidad y riesgo para apoyar la toma de decisiones financieras.	
SEMANAS	**CONTENIDOS**	**METODOLOGIA**
3 - 8	3. La planeación financiera 3.1. Concepto, objetivos e importancia 3.2. Planeación financiera estratégica y operativa 3.3. Relación entre planeación financiera y estrategia empresarial 3.4. Información financiera para la toma de decisiones 3.5. Entorno económico, riesgos y sostenibilidad financiera 3.6 Diagnóstico y análisis financiero 3.7. Estados financieros como herramientas de análisis 3.8. Análisis horizontal y vertical 4. Administración del capital de trabajo 4.1. Concepto, componentes e importancia 4.2 Administración del efectivo y valores negociables 4.3 Administración de cuentas por cobrar 4.4. Administración de inventarios 4.5. Administración de cuentas por pagar 4.6. Financiamiento a corto plazo	• Ejemplificación con aporte estudiantil. • Exposición ampliada. • Ejemplificación y debate ampliado. • Investigación grupal. • Ejercicios Prueba: 2 Prueba: 3

UNIDAD III	**VALORACIÓN DE FLUJOS DE EFECTIVO A FUTURO**	
LOGRO	Analizar el valor del dinero en el tiempo, los flujos de efectivo y su composición, las tasas de interés en el mercado, los tipos de préstamos para la toma de decisiones de financiamiento dirigidos a la meta de la corporación.	
SEMANAS	**CONTENIDOS**	**METODOLOGIA**
9 - 12	5. El valor del dinero en el tiempo. 5.1 Valor futuro a interés compuesto 5.2 Valor presente y descuento. Resumen y conclusiones 6. Valoración de flujo de efectivo descontado 6.1 Valores futuro y presente de múltiples flujos de efectivo.	• Explicación y diálogo compartido. • Investigación grupal. • Ejercicios.

	6.2 Valoración de flujos de efectivo nivelados: anualidades y perpetuidades. 6.3 Comparación de tasas: el efecto de la composición. 6.4 Tipos de préstamos y amortización de préstamos. 6.5 Resumen y conclusiones.	• Ejemplificación con aporte estudiantil. • Exposición ampliada. • Ejemplificación y debate ampliado Prueba: 4

UNIDAD IV	**PLANEACIÓN Y ADMINISTRACIÓN FINANCIERA DE LARGO PLAZO.**	
LOGRO	Aplicar los modelos de la planeación en la administración financiera a corto plazo, optimizando la administración del efectivo, adquiriendo habilidades para administrar créditos e inventarios.	
SEMANAS	**CONTENIDOS**	**METODOLOGIA**
13 - 16	7. Administración financiera de largo plazo 7.1. Concepto, objetivos e importancia 7.2. Planeación financiera estratégica 7.3. Creación de valor y maximización de la riqueza empresarial 8. Planeación financiera de largo plazo 8.1. Concepto y características 8.2. Objetivos y horizonte de planeación 8.3. Proceso de planeación financiera 8.4. Pronóstico de ventas y crecimiento empresarial 8.5. Estados financieros proyectados 8.6. Flujos de efectivo de largo plazo 8.7. Análisis de escenarios y sensibilidad 9. Decisiones de inversión de largo plazo 9.1. Concepto e importancia del presupuesto de capital 9.2. Identificación y evaluación de proyectos de inversión 9.3. Flujos de efectivo relevantes 9.4. Valor presente neto 9.5. Tasa interna de retorno 9.6. Índice de rentabilidad y período de recuperación 9.7. Riesgo e incertidumbre en las inversiones 9.8. Selección y priorización de proyectos 10. Costo de capital y estructura financiera 10.1.Concepto y componentes del costo de capital 10.2. Costo de la deuda y del capital propio 10.3. Costo promedio ponderado de capital 10.4. Fuentes de financiamiento de largo Plazo 10.5. Estructura de capital	○ Explicación y diálogo compartido. ○ Ejercicios. ○ Ejemplificación con aporte estudiantil. ○ Exposición ampliada. ○ Ejemplificación y debate ampliado. ○ Investigación grupal. Informe de Investigación Final.

VII. ESTRATEGIAS DIDÁCTICAS

En el desarrollo del presente curso, alineados con las competencias buscadas y adecuados al sistema de enseñanza virtual, a los contenidos del silabo se aplicarán los siguientes instrumentos didácticos:

1. Aprendizaje Basado en Tecnologías Informáticas de Cómputo (TIC).
2. Casuística Aplicada.
3. Aprendizaje Basado en Problemas (ABP)
4. Investigación Formativa.
5. Asistencia, Participación y Trabajo en equipo.
6. Lecturas aplicadas.

VIII. RECURSOS:

Para el desarrollo del presente curso se requerirá el uso de los siguientes recursos:

1. Aula Virtual,
2. Whatsapp
3. Excel
4. Powerpoint
5. Softwares específicos,
6. Economática, SPSS, Real Statistic y Megastat.
7. Videos

	ALFI	**MARKSTRATED**		
	ECONOMÁTICA			

IX. EVALUACIÓN

El sistema de evaluación del curso es el siguiente:

PROM = (PAR+FIN+PPRA) /3
Se aplica examen sustitutorio para el examen parcial o final, siempre que el promedio de prácticas sea de 07.o más.

El Promedio de prácticas (PPRA) se obtendrá: de la siguiente manera:

PPRA = (PRA1+PRA2 +PRA3+TRP) /4 (TRP=Trabajo práctico)

En caso de que el docente desee aplicar otro sistema de evaluación deberá coordinar con la dirección de la escuela.

La estructura de evaluación se da en 4 unidades formativas considerando la estructura de competencias que se presenta a continuación.

COMPETENCIAS	INSTRUMENTOS/CONTENIDOS	PORCENTAJE
Actitud	● Asistencia, puntualidad y trabajo en equipo	De acuerdo a las consideraciones del curso.
Conocimiento	● Participación en clase ● Prácticas expositivas en PPT ● Lecturas especializadas	

Procedimientos	• Análisis de Casos • Mapas conceptuales • Debates	
Investigación Aplicada	• Investigaciones basadas en casos reales • Investigación especializada	

RUBRICAS DEL CURSO

UNIDAD I:	**PERSPECTIVA GENERAL DE LAS FINANZAS CORPORATIVAS**			
Criterio	**Conocimiento del marco teórico**	**Aplicación de procedimiento**	**Análisis y aplicación practica**	**Soluciones creativas a la casuística**
Valor				

UNIDAD II:	**PLANEACIÓN FINANCIERA Y ADMINISTRACIÓN DEL CAPITAL DE TRABAJO**			
Criterio	**Conocimiento del marco teórico**	**Aplicación de procedimiento**	**Análisis y aplicación practica**	**Soluciones creativas a la casuística**
Valor				

UNIDAD III:	**VALORACIÓN DE FLUJOS DE EFECTIVO A FUTURO**			
Criterio	**Conocimiento del marco teórico**	**Aplicación de procedimiento**	**Análisis y aplicación practica**	**Soluciones creativas a la casuística**
Valor				

UNIDAD IV:	**PLANEACIÓN Y ADMINISTRACIÓN FINANCIERA DE LARGO PLAZO.**			
Criterio	**Conocimiento del marco teórico**	**Aplicación de procedimiento**	**Análisis y aplicación practica**	**Soluciones creativas a la casuística**
Valor				

X. REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- *Finanzas corporativas.*
  BESLEY, S. BRIGHAM.E.
  Editorial. Cengage Learning – 4ta. Edición
  2016.
- *Principios de Finanzas Corporativas.*
  BERK, J/ DE MARZO P.
  Editorial Pearson. Prentice Hall – 1ra. Edición
  2010.
- *Principios de finanzas corporativas.*
  BREALEY, R/MYERS, S. – 9na. Edición
  Editorial. McGraw-Hill.
  2010
- *Finanzas aplicaciones: Teoría y Práctica.*
  CHU, M.
  Editorial Kemocorp International S.A. Lima – 1era. Edición
  2009
- *Principios de administración financiera.*
  GITMAN, L.
  Editorial Pearson Educación. México D.F – 11va. Edición
  2007.
- *Finanzas Corporativas.*
  ROSS, S. /WESTERFIELD, R/JEFFREY, J.
  Editorial Mc Graw Hill. México. D.F. – 9na. Edición
  2012.Proyectos de Inversión
  SAPAG, N.
  Editorial. Pearson, Prentice Hall. – 2da. Edición.
  2011.
- *Fundamentos de Administración Financiera.*
  VAN HORNE, J. 11 Edición.
  Editorial. Pearson México. – 11va. Edición
  2002.
- *Finanzas en administración.*
  WESTON, F.
  Editorial McGraw-Hill. México. – 9na Edición.
  1997.

Surco**,** agosto 2026

UNIVERSIDAD RICARDO PALMA
FACULTAD DE CIENCIAS ECONÓMICAS Y EMPRESARIALES
SÍLABO

I. DATOS ADMINISTRATIVOS.

1. Asignatura	:	Administración de Operaciones
2. Código	:	AG 0602
3. Condición	:	Obligatoria
4. Requisito(s)	:	Estadística II
5. Número de créditos	:	4
6. Número de horas	:	2 de teoría, 2 de práctica y 2 de laboratorio
7. Semestre académico	:	2026 II
8. Docente(s)	:	
Correo institucional	:	

II. SUMILLA.

Asignatura teórico-práctica que pertenece al área de Estudios Profesionales Especializados y aporta al logro de la competencia específica que contribuye con la capacidad de evaluar los riesgos de negocios de las organizaciones con el objetivo de optimizar sus procesos de negocio, para desarrollar sistemas que faciliten la toma de decisiones gerenciales que le permitan generar ventajas competitivas en el campo de la logística integral y las operaciones de las compañías; teniendo en cuenta los entornos competitivos locales y globales. El logro fundamental del curso busca desarrollar las capacidades del educando para aplicar las herramientas básicas de la administración de operaciones en la gestión de las organizaciones. Sus contenidos temáticos básicos son los siguientes: Estrategia en la Administración de Operaciones, gestión de procesos y productos en las organizaciones, gestión de la Calidad y logística y la gestión de la cadena de suministros.

III. COMPETENCIAS

III.1. GENÉRICAS QUE CONTRIBUYE LA ASIGNATURA.

Son competencias genéricas de la presente asignatura las siguientes:

1. Capacidad de abstracción, análisis y síntesis
2. Conocimiento sobre el área de estudio y profesión
3. Capacidad de aplicar los conocimientos en la práctica
4. Capacidad de aplicar los conocimientos en la práctica
5. Capacidad de comunicación oral y escrita
6. Responsabilidad social y compromiso ciudadano
7. Compromiso ético

III.2. COMPETENCIAS ESPECÍFICAS A LAS QUE CONTRIBUYE LA ASIGNATURA.

Las competencias específicas centrales del presente curso son:

1. Identificar, interpretar y aplicar los principios y reglas del sistema jurídico nacional e internacional en casos concretos para actuar bajo un estricto marco de la ley en aspectos vinculados a la legislación laboral, comercial y tributaria.
2. Promover la cultura del diálogo y el uso de medios alternativos en la resolución de conflictos para asegurar un clima organizacional favorable dentro de un marco de irrestricto respeto de las normas legales y los derechos humanos.
3. Capacidad de actuar válida y eficazmente en diferentes instancias administrativas o judiciales para permitir desarrollar las operaciones de la organización dentro de la

normatividad legal y bajo la adecuada responsabilidad social corporativa.

IV. DESARROLLA EL COMPONENTE DE:

Investigación (X)
Responsabilidad Social ( )

V. LOGRO DE LA ASIGNATURA.

Al finalizar el curso el alumno estará en la capacidad de plantear e identificar estrategias de operaciones para el logro de ventajas competitivas, donde la Planificación, el Control y la Gestión de procesos operativos; permitan obtener una Visión global e Integral de la Organización, bajo un contexto de calidad y Productividad, capacidad de análisis y trabajo en equipo.

VI. PROGRAMACIÓN DE CONTENIDOS.

UNIDAD I:	**ESTRATEGIA EN LA ADMINISTRACIÓN DE OPERACIONES**	
LOGRO	Al concluir la unidad didáctica, los alumnos están en capacidad de identificar el posicionamiento del administrador en el rol de la Gerencia de operaciones con la finalidad de precisar las etapas del proceso y formular estrategias de gestión operativas, a través de ejercicios e investigación grupal.	
SEMANAS	**CONTENIDOS**	**METODOLOGÍA**
1	1. Función de Operaciones 1.1 Definición de Administración de Operaciones 1.2 Historia de la Administración de Operaciones 1.3 Operaciones como un Sistema Productivo	● Exposición introductoria-Diálogo ● Prueba de Entrada ● **Análisis del Caso: 1**
2	1.4. Las Decisiones en Operaciones. Marco conceptual 1.5. La Estructura de Decisiones 1.6. Productores de Bienes y Servicios	● Ejemplificación con aporte estudiantil ● Debate ampliado
3	2. Estrategia de Operaciones 2.1 Definición de la Estrategia de Operaciones 2.2 Metas Estratégicas y Metas Tácticas 2.3 Modelo de Estrategia de Operaciones 2.4 Tipos de Estrategias de Operaciones	● Explicación y diálogo compartido ● Investigación grupal ● Ejercicios
4	2.4. Operaciones Internacionales 2.5. Operaciones enfocadas 2.6. Curva de la Experiencia 2.7. Etapas de la Efectividad de las Operaciones	● Proyección del video “La meta” ● Análisis y debate casuístico de la realidad ● **Práctica calificada 1**

UNIDAD II	**GESTIÓN DE PROCESOS Y PRODUCTOS EN LAS ORGANIZACIONES**
LOGRO	Al concluir la unidad didáctica, el alumno será capaz de definir el enfoque sistémico de las operaciones y calcular los principales indicadores de productividad para los efectos de formular mejoras, a través del dialogo compartido y el debate ampliado.

SEMANAS	CONTENIDOS	METODOLOGÍA
5	3. El enfoque sistémico de la Gestión de Operaciones 3.1 Introducción. 3.2. Definición de Sistema 3.3. Clasificación de los sistemas	• Explicación y diálogo compartido • Ejemplificación y debate ampliado
6	3.4. Elementos de un sistema 3.5. Niveles de un sistema 3.6. Sub sistemas y sistemas paralelos 3.7. Modelos utilizados en la Producción	• Exposición ampliada • **Control de lectura**
7-8	4. Productividad 4.1. Aspectos fundamentales 4.2. Factores que afectan la Productividad 4.3. Relación de la Productividad con el nivel de vida de los trabajadores. 4.4. Medición de la Productividad 4.5. Consideraciones sobre la Calidad	• Explicación y diálogo compartido • **Práctica calificada 2**

UNIDAD III	GESTIÓN DE LA CALIDAD Y LOGÍSTICA	
LOGRO	Al concluir la unidad didáctica, los alumnos serán capaces de identificaren un caso práctico, el contenido de la función producción desde el punto básico de su composición y las razones de su sobredimensionamiento e identificar los mecanismos estratégicos de propiciar un mejoramiento y optimización del uso de los recursos.	
SEMANAS	**CONTENIDOS**	**METODOLOGÍA**
9	5. Técnicas de Dirección 5.1. Contenido del Trabajo 5.2. Tiempo de fabricación 5.3. Contenido básico de trabajo	• Explicación y diálogo compartido • Visita empresarial
10	5.4. Contenido de trabajo suplementario 5.5. Técnicas del Estudio del Trabajo y su relación mutua 5.6. Tiempos improductivos	• **Análisis del Caso: 2**
11	5.7. Reducción del Contenido del Trabajo. 5.8. Técnicas específicas 5.9. Políticas de personal	• Explicación y diálogo compartido • Ejemplificación y debate
12	5.10. Técnicas de Dirección. Elementos objeto de estudio de la Dirección	• Explicación y diálogo compartido

UNIDAD IV:	LA GESTIÓN DE LA CADENA DE SUMINISTROS	
LOGRO	Al concluir la unidad didáctica, los alumnos serán capaces de aplicar las técnicas de la medición del trabajo y del estudio de métodos como mecanismo de estandarización y reducción de los contenidos de trabajos operativos a una empresa real, exponiendo los resultados de manera grupal	
SEMANAS	**CONTENIDOS**	**METODOLOGÍA**
13	6. Estudio de Métodos 6.1. Concepto e importancia 6.2. Procedimientos aplicados 6.3. Simbología utilizada 6.4. La Técnica del Interrogatorio	• Explicación y diálogo compartido • **Análisis del Caso: 3**

	6.5. Diagramas de Procesos 6.6. Diagramas de Recorrido	
14	7. Medición del Trabajo 7.1. Conceptos fundamentales 7.2. Procedimientos y Técnicas 7.3. El cronometraje 7.4. Determinación del tiempo estándar	• Explicación y diálogo compartido • **Práctica calificada 3**
15-16	7.5. Sistema de Normas de Tiempo Predeterminado 7.6. Principios de la Economía de Movimientos 7.7. Área Normal y Máxima de Trabajo 7.8. Empleo de formularios	• Exposiciones grupales – evaluación expositiva

VII. ESTRATEGIAS DIDÁCTICAS

En el desarrollo del presente curso, a los contenidos del silabo se aplicarán los siguientes instrumentos didácticos:

1. Aprendizaje Basado en Tecnologías Informáticas de Cómputo (TIC).
2. Casuística Aplicada.
3. Aprendizaje Basado en Problemas (ABP)
4. Investigación Formativa.
5. Asistencia, Participación y Trabajo en equipo.
6. Lecturas aplicadas.

VIII. RECURSOS:

Para el desarrollo del presente curso se requerirá el uso de los siguientes recursos:

1. Aula Virtual
2. Whatsapp
3. Excel
4. Powerpoint
5. Balanced Score Card
6. Softwares específicos
7. Real Statistic y Megastat.
8. Videos

IX. EVALUACIÓN

El sistema de evaluación del curso es el siguiente:

.

PROM = (PAR+FIN+PPRA) / 3

Se aplica examen sustitutorio para el examen parcial o final, siempre que el promedio de prácticas sea de 07 o más.

El Promedio de prácticas (PPRA) se obtendrá de la siguiente manera:

PPRA = (PRA1+PRA2 +PRA3+TRP) / 4 (TRP=Trabajo práctico)

En caso de que el docente desee aplicar otro sistema de evaluación deberá coordinar con la dirección de la escuela.

La estructura de evaluación se da en las unidades formativas considerando la estructura de competencias que se presenta a continuación.

COMPETENCIAS	INSTRUMENTOS/CONTENIDOS	PORCENTAJE
Actitud	● Asistencia, puntualidad y trabajo en equipo	De acuerdo con las consideraciones del curso.
Conocimiento	● Participación en clase ● Prácticas expositivas en PPT ● Lecturas especializadas	
Procedimientos	● Análisis de Casos ● Mapas conceptuales ● Debates	
Investigación Aplicada	● Investigaciones basadas en casos reales ● Investigación especializada	

X. REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- *Introducción al Estudio del Trabajo,*
  OIT
  Editorial OIT
  2002
- *Dirección de la producción*
  HEIZER, J./RENDER, Barry.
  Editorial Prentice Hall.
  2001
- *Administración de Operaciones*
  KRAJEWSKI, L./RITZMAN, L.
  Editorial Prentice Hall
  2000
- *Administración de Operaciones.*
  SCHROEDER, R
  Editorial Mc Graw Hill
  2005
- *Administración de Producción y Operaciones*
  GAITHER, N./FRAZIER,
  International Thomson Editores.
  2000

Surco, agosto 2024

UNIVERSIDAD RICARDO PALMA
FACULTAD DE CIENCIAS ECONÓMICAS Y EMPRESARIALES
SILABO

I.- DATOS ADMINISTRATIVOS

1. Asignatura	: Marketing
2. Código	: BC 0611
3. Condición	: Obligatorio
4. Requisito (s)	: Creatividad e Innovación
5. Número de créditos	: 3
6. Número de horas	: 2 Teoría – 2 Práctica
7. Semestre Académico	: 2026 II
8. Docente	:
Correo Institucional	:

II. SUMILLA

Asignatura teórico-práctica de carácter obligatorio, la cual pertenece al área de formación común de las carreras de Administración y Gerencia, Administración de Negocios Globales, Contabilidad y Finanzas, Economía y Marketing Global y Administración Comercial de la FACEE, que pertenece al área de estudios profesionales específicos y aporta al logro de la competencia específica que comprende teorías y modelos de las ciencias económicas y empresariales para tomar decisiones y desarrollar emprendimientos eficaces e innovadores con responsabilidad social. La asignatura tiene como propósito que el estudiante analice el Comportamiento de los consumidores de bienes y servicios, segmentando el mercado y diseñando un plan de marketing. Los contenidos que aborda la asignatura son introducción al marketing; análisis del comportamiento del consumidor; estrategias de marketing mix; diseño del plan de marketing.

III. COMPETENCIAS

III.1. COMPETENCIAS GENÉRICAS A LA QUE CONTRIBUYEN LA ASIGNATURA

Son competencias genéricas de la presente asignatura, las siguientes:

1. Capacidad de abstracción, análisis y síntesis
2. Conocimiento sobre el área de estudio y profesión
3. Capacidad de aplicar los conocimientos en la práctica
4. Responsabilidad social y compromiso ciudadano
5. Capacidad para motivar y conducir hacia metas comunes
6. Capacidad para trabajar en equipo

IIII.2. COMPETENCIAS ESPECÍFICAS A LAS QUE TRIBUTA LA ASIGNATURA

Son competencias específicas de la presente asignatura, las siguientes:

1. Ejercer el liderazgo gerencial, hacia el logro y persecución de metas en la organización para desarrollar estrategias exitosas en el marco del pensamiento estratégico, el cambio, la integración y optimización del comportamiento

organizacional, bajo un enfoque de sostenibilidad y responsabilidad social empresarial.

2. Formular planes de Marketing con el adecuado conocimiento del consumidor y del mercado que aseguren la mejor toma de decisiones para el logro de los objetivos operacionales de Marketing y la sostenibilidad de la organización, dentro de un contexto de alta competencia.

IV. DESARROLLA EL COMPONENTE DE:

Investigación ( )
Responsabilidad Social (X)

V. LOGRO DE LA ASIGNATURA

Al término del curso el estudiante, explica los diferentes aspectos del Marketing Operacional en la organización, identificando las principales áreas de actuación y su contribución con el cumplimiento de metas empresariales, la sostenibilidad y la responsabilidad social.

VI. PROGRAMACIÓN DE CONTENIDOS

UNIDAD I	**INTRODUCCIÓN AL MARKETING**	
LOGRO	Al finalizar la primera unidad, el estudiante analiza el marketing como una disciplina orientada hacia el cliente y reconoce su importancia y amplitud en las organizaciones, los mercados y la sociedad; explica su evolución y los nuevos retos relacionados con la globalización, la transformación digital, la sostenibilidad y los cambios en el comportamiento del consumidor; comprende y aplica conceptos básicos como necesidades, deseos, demanda, valor, satisfacción, intercambio, mercado, segmentación y relaciones con los clientes; y relaciona la orientación al cliente con la creación de valor, la generación de ventajas competitivas y el desarrollo de relaciones sostenibles, demostrando pensamiento crítico, ética, responsabilidad social e interés por la innovación.	
SEMANAS	**CONTENIDOS**	**METODOLOGIA**
1-2	1. Marketing 1.1. Marketing un enfoque hacia el cliente 1.2. Amplitud e importancia del marketing 1.3. Evolución y nuevos retos del marketing 1.4. Conceptos básicos utilizados en marketing	● Exposición docente ● Lectura seleccionada: Análisis y discusión ● Estudio de caso: Análisis y discusión

UNIDAD II	**ANÁLISIS DEL COMPORTAMIENTO DEL CONSUMIDOR**
LOGRO	Al finalizar la unidad, el estudiante analiza el comportamiento del consumidor mediante la identificación de los criterios y tipos de segmentación del mercado, la evaluación de su importancia y

	aplicaciones en las actividades de marketing, y la comprensión de los procesos de diferenciación y posicionamiento de marca; asimismo, examina los factores intrapersonales e interpersonales que influyen en las decisiones del consumidor y explica las etapas del proceso de decisión de compra, con el propósito de formular propuestas de marketing orientadas a segmentos específicos y a la creación de valor para el cliente.	
SEMANAS	**CONTENIDOS**	**METODOLOGIA**
3-5	2. Segmentación del Mercado 2.1. Concepto 2.2. Tipos de Segmentación 2.3. Aplicaciones 2.4. Importancia para las actividades de Marketing 3. Posicionamiento 3.1 Diferenciación y Posicionamiento de marca 3.2 El proceso de posicionamiento de marca 4. Comportamiento del Consumidor 4.1. Factores Intrapersonales 4.2. Factores Interpersonales 4.3. Proceso de decisión de Compra	●Exposición docente ●Lectura comentada: análisis y discusión ●Ejercicio de aprendizaje individual

UNIDAD III	**ESTRATEGIAS DE MARKETING MIX**	
LOGRO	Al finalizar la unidad, el estudiante analiza y aplica las estrategias del marketing mix mediante la comprensión de sus componentes —producto, precio, plaza y promoción—, relacionándolos con las necesidades del mercado objetivo y la propuesta de valor de la organización; evalúa el ciclo de vida, las estrategias de línea y marca, el valor percibido y los métodos de fijación de precios; diseña criterios para la selección y gestión de canales de distribución; y formula estrategias de comunicación y publicidad, incluyendo el outbound marketing, el inbound marketing y la comunicación integral de marketing, utilizando modelos estratégicos como la matriz BCG y la matriz Ansoff para contribuir al logro de los objetivos comerciales y al posicionamiento competitivo de la empresa.	
SEMANAS	**CONTENIDOS**	**METODOLOGÍA**
6-12	5. Marketing Mix. 5.1. Concepto 5.2. Estrategias de marketing 5.3. Modelos de estrategias 5.3.1. Matriz BCG 5.3.2. Matriz Ansoff 6. Estrategias de Producto 6.1. Definición de producto. 6.2. Concepto del producto 6.3. Estrategias de Línea y de marca	● Exposición docente ● Lectura seleccionada: análisis y discusión ● Estudio de caso ● Ejercicio de aprendizaje individual

	6.4. Ciclo de vida de los productos 7. Estrategias de Precios 7.1. Definición de Precio 7.2. Precio y Valor Percibido 7.3. Estrategias de Fijación de Precios 7.4. Precios y estrategia promocional 8. Estrategias de Plaza 8.1. Definición de Plaza 8.2. Canales de distribución 8.3. Diseño de canales de distribución 8.4. Estrategias de distribución 9. Estrategias de Promoción y Publicidad 9.1. Definición de Promoción y Publicidad 9.2. Estrategias de Comunicación 9.3.1. Outbond Marketing 9.3.2. Inbound Marketing 9.4. Comunicación Integral del Marketing	

UNIDAD IV	**DISEÑO DEL PLAN DE MARKETING**	
LOGRO	Al finalizar la unidad, el estudiante diseña un plan de marketing a partir del análisis de su definición, estructura y proceso de formulación, integrando objetivos, estrategias, actividades, presupuesto e indicadores de evaluación; asimismo, interpreta los resultados obtenidos mediante criterios de eficacia, eficiencia y rentabilidad, proponiendo acciones correctivas que contribuyan al logro de los objetivos organizacionales y a la generación de valor para el cliente.	
SEMANAS	**CONTENIDOS**	**METODOLOGIA**
13-16	10. Plan de Marketing 10.1. Definición de Plan de Marketing 10.2. Estructura del plan de marketing 10.3. Formulación del Plan de Marketing 10.4. Evaluación de resultados del Plan de Marketing	● Exposición docente ● Lectura seleccionada: Análisis y discusión ● Estudio de caso. Análisis y discusión

VII. ESTRATEGIAS DIDÁCTICAS

En el desarrollo del presente curso, alineados con las competencias buscadas y adecuados al sistema de enseñanza virtual, a los contenidos del silabo se aplicarán los siguientes instrumentos didácticos:

1. Aprendizaje Basado en Tecnologías Informáticas de Cómputo (TIC).
2. Casuística Aplicada.
3. Aprendizaje Basado en Problemas (ABP)
4. Investigación Formativa.
5. Asistencia, Participación y Trabajo en equipo.
6. Lecturas aplicadas.

VIII. RECURSOS:

Para el desarrollo del presente curso se requerirá el uso de los siguientes recursos:

1. Aula Virtual,
2. Whatsapp
3. Excel
4. Powerpoint
5. Softwares específicos,
6. Real Statistic UNIDAD I:

IX. EVALUACIÓN

El sistema de evaluación del curso es el siguiente:

PROM = (PAR+FIN+PPRA) /3

Se aplica examen sustitutorio para el examen parcial o final, siempre que el promedio de prácticas sea de 07.o más.

El Promedio de prácticas (PPRA) se obtendrá: de la siguiente manera:
PPRA = (PRA1+PRA2 +PRA3+TRP) /4 (TRP=Trabajo práctico)

En caso de que el docente desee aplicar otro sistema de evaluación deberá coordinar con la dirección de la escuela.

La estructura de evaluación se da en 4 unidades formativas considerando la estructura de competencias que se presenta a continuación.

COMPETENCIAS	INSTRUMENTOS/CONTENIDOS	PORCENTAJE
Actitud	• Asistencia, puntualidad y trabajo en equipo	De acuerdo con las consideraciones del curso.
Conocimiento	• Participación en clase • Prácticas expositivas en PPT • Lecturas especializadas	
Procedimientos	• Análisis de Casos • Mapas conceptuales • Debates	
Investigación Aplicada	• Investigaciones basadas en casos reales • Investigación especializada	

Rúbricas del curso

UNIDAD I:				
Criterio	**Conocimiento del marco teórico**	**Aplicación de procedimiento**	**Análisis y aplicación practica**	**Soluciones creativas a la casuística**
Valor				

UNIDAD II:				
Criterio	**Conocimiento del marco teórico**	**Aplicación de procedimiento**	**Análisis y aplicación practica**	**Soluciones creativas a la casuística**
Valor				

UNIDAD III:				
Criterio	**Conocimiento del marco teórico**	**Aplicación de procedimiento**	**Análisis y aplicación practica**	**Soluciones creativas a la casuística**
Valor				

UNIDAD IV:				
Criterio	**Conocimiento del marco teórico**	**Aplicación de procedimiento**	**Análisis y aplicación practica**	**Soluciones creativas a la casuística**
Valor				

X. REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- *Principios de Marketing*
  Philip Kotler y Gary Armstrong
  Editorial Pearson Prentice Hall – 12 edición
  2017
- *Introducción al Marketing*
  Philip Kotler, Gary Armstrong
  Editorial Pearson – 3 edición
  2017
- *Marketing, enfoque antropológico, histórico y social*
  Carlos Cavani
  Editorial Cengage
  2017
- *Plan de Marketing, diseño, implementación y control*
  Ricardo Hoyos
  ECOE ediciones – Universidad Sergio Arboleda
  2015

Surco, agosto 2026

UNIVERSIDAD RICARDO PALMA
FACULTAD DE CIENCIAS ECONÓMICAS Y EMPRESARIALES
ESCUELA PROFESIONAL DE ADMINISTRACION Y GERENCIA

I. DATOS ADMINISTRATIVOS

1. Asignatura : Gestión del Talento Humano
2. Código : BC 0612
3. Condición : Obligatorio
4. Requisito (s) : Administración
5. Número de créditos : 3
6. Número de horas : 2 Teoría – 2 Práctica
7. Semestre Académico : 2026 II
8. Docente :
   Correo Institucional :

II. SUMILLA

Asignatura teórico-práctica de carácter obligatorio y común de las carreras de Administración y Gerencia, Administración de Negocios Globales, Contabilidad y Finanzas, Economía y Marketing Global y Administración Comercial de la FACEE, que pertenece al área de estudios profesionales específicos y aporta al logro de la competencia específica que comprende teorías y modelos de las ciencias económicas y empresariales para tomar decisiones y desarrollar emprendimientos eficaces e innovadores con responsabilidad social. La asignatura tiene como propósito que el estudiante desarrolle capacidades para gestionar el talento humano en las organizaciones públicas y privadas a nivel local y global. Los contenidos que aborda la asignatura son: fundamentos de la gestión del talento humano a nivel local y global; estrategia empresarial y políticas inclusivas; planificación y organización de la gestión del talento humano y análisis; evaluación y gestión del desarrollo del capital humano.

III. COMPETENCIAS

III.1. COMPETENCIAS GENÉRICAS A LA QUE CONTRIBUYE LA ASIGNATURA

Son competencias genéricas de la presente asignatura, las siguientes:

1. Capacidad de comunicación oral y escrita
2. Capacidad crítica y autocrítica
3. Capacidad para tomar decisiones
4. Habilidades interpersonales
5. Capacidad para motivar y conducir hacia metas comunes
6. Habilidad para trabajar en forma autónoma

III.2. COMPETENCIAS ESPECÍFICAS A LAS QUE CONTRIBUYE LA ASIGNATURA

Son competencias específicas de la presente asignatura, las siguientes:

1. Ejercer el liderazgo gerencial, hacia el logro y persecución de metas en la organización para desarrollar estrategias exitosas en el marco del pensamiento estratégico, el cambio, la integración y optimización del comportamiento organizacional, bajo un enfoque de sostenibilidad y responsabilidad social empresarial.
2. Desarrollar el talento humano en la organización para crear un clima y cultura organizacional orientado al Empowerment, enfocada a la adaptación al cambio estratégico y la toma de decisiones gerenciales bajo una visión ética. Ejercer el

liderazgo gerencial, hacia el logro y persecución de metas en la organización para desarrollar estrategias exitosas en el marco del pensamiento estratégico, el cambio, la integración y optimización del comportamiento organizacional, bajo un enfoque de sostenibilidad y responsabilidad social empresarial.

IV. DESARROLLA EL COMPONENTE DE:

Investigación ( )
Responsabilidad Social (X)

V. LOGRO DE LA ASIGNATURA

Al finalizar el curso el estudiante formulará objetivos y metas relacionadas con el área de recursos humanos estableciendo las estrategias para su cumplimiento. Estructurar el funcionamiento del área con los medios y recursos para el logro de los fines, desarrollar un ambiente de solidaridad entre el personal de la empresa, mantener una disposición proactiva para el trabajo en equipo, conocer las fortalezas humanas de los colaboradores de la empresa para aplicar los mecanismos adecuados y psicológicos que hagan posible la integración de toda la comunidad de la empresa. Generar una actitud innovadora para introducir cambios y mejoras acordes con los avances científicos y tecnológicos en las organizaciones.

VI. PROGRAMACIÓN DE CONTENIDOS

UNIDAD I	**FUNDAMENTOS DE LA GESTIÓN DEL TALENTO HUMANO A NIVEL LOCAL Y GLOBAL**	
LOGRO	Al finalizar la unidad, el estudiante explica los fundamentos de la gestión del talento humano, comprendiendo su definición, conceptos, importancia, evolución y objetivos; asimismo, analiza su contribución al desarrollo de las personas y al logro de los objetivos organizacionales, valorando el talento humano como fuente de ventaja competitiva y promoviendo una visión ética, estratégica e inclusiva de su gestión.	
SEMANAS	**CONTENIDOS**	**METODOLOGIA**
1-2	1. Definición de Gestión del Talento Humano Introducción 1.1. Conceptos 1.2. Importancia 1.3. Evolución 1.4. Objetivos	● Exposición docente ● Lectura seleccionada: Análisis y discusión ● Estudio de caso: Análisis y discusión

UNIDAD II	**ESTRATEGIA EMPRESARIAL Y POLÍTICAS INCLUSIVAS**	
LOGRO	Al finalizar la unidad, el estudiante planifica y organiza los requerimientos de personal mediante la identificación de necesidades de talento, la aplicación de técnicas de búsqueda, reclutamiento y selección, y la formulación de políticas, procedimientos y presupuestos para la Gestión del Talento Humano, asegurando la incorporación de personas idóneas y el uso eficiente de los recursos, en concordancia con los objetivos y necesidades de la organización..	
SEMANAS	**CONTENIDOS**	**METODOLOGIA**
	2. Requerimientos de personal.	● Exposición docente

3-5	2.1. Búsqueda y reclutamiento del personal. 2.2. Selección de personal 2.3. Políticas, procedimientos y presupuestos para la Gestión del Talento Humano.	● Lectura comentada: análisis y discusión ● Ejercicio de aprendizaje individual

UNIDAD III	**PLANEACIÓN Y ORGANIZACIÓN Y FUNCIONES DE LA OFICINA DE GESTIÓN DEL TALENTO HUMANO**	
LOGRO	Al finalizar la unidad, el estudiante analiza la organización, naturaleza y funciones de la oficina de Gestión del Talento Humano, diferenciando la organización formal de la informal y comprendiendo su contribución al rendimiento organizacional; asimismo, interpreta la utilidad de los manuales y evalúa indicadores relacionados con la rotación de personal, los costos laborales y el ausentismo, proponiendo acciones de mejora para optimizar la gestión del talento y el desempeño institucional.	
SEMANAS	**CONTENIDOS**	**METODOLOGIA**
6-12	3. Organización de la oficina de Gestión del Talento Humano 3.1. Definición 3.2. Naturaleza 3.3. Función 3.4. Organización formal e informal 4. La Gestión del Talento Rendimiento organizacional 4.1. Manuales 4.2. Rotación de personal 4.3. Costos de personal 4.4. Ausentismo	● Exposición docente ● Lectura seleccionada: análisis y discusión ● Estudio de caso ● Ejercicio de aprendizaje individual

UNIDAD IV	**ANÁLISIS, EVALUACIÓN Y REMUNERACIÓN DE PUESTOS**	
LOGRO	Al finalizar la unidad, el estudiante analiza y aplica técnicas de análisis y evaluación de puestos, identificando sus conceptos, importancia, objetivos, elementos, responsabilidades y limitaciones; diseña programas y planes de acción mediante métodos de jerarquización, clasificación, comparación de factores y evaluación por puntos, seleccionando y ponderando factores compensables para determinar el valor relativo de los puestos; y propone estructuras de remuneración, políticas salariales e incentivos coherentes, equitativas y alineadas con los objetivos organizacionales y la normativa laboral vigente.	
SEMANAS	**CONTENIDOS**	**METODOLOGIA**
13-16	5. Análisis de puestos 5.1. Concepto 5.2. Importancia 5.3. Objetivos 5.4. Aplicación 5.5. Elementos limitaciones de información 5.6. Responsabilidad en el análisis de puestos. 6. Evaluación de puestos 6.1. Concepto	● Exposición docente ● Lectura seleccionada: Análisis y discusión ● Estudio de caso. Análisis y discusión

	6.2. Importancia 6.3. Objetivos 6.4. Programa de evaluación de puestos Plan de acción. 7. Método de jerarquización. 7.1. Método de clasificación o categorías predeterminadas. 7.2. Etapas. 7.3. Método de evaluación por puntos. 7.4. Selección de factores compensables. 7.5. Asignación de importancia a los factores. 7.6. Asignación de puntos a puestos específicos. 7.7. Métodos de comparación de factores. 8. Remuneraciones 8.1. Determinación 8.2. Políticas salariales y de incentivos.	

VII. ESTRATEGIAS DIDÁCTICAS

En el desarrollo del presente curso, alineados con las competencias buscadas y adecuados al sistema de enseñanza virtual, a los contenidos del silabo se aplicarán los siguientes instrumentos didácticos:

- Aprendizaje Basado en Problemas (ABP)
- Investigación Formativa.
- Asistencia, Participación y Trabajo en equipo.
- Lecturas aplicadas.

VIII. RECURSOS:

Para el desarrollo del presente curso se requerirá el uso de los siguientes recursos:

- Aula Virtual,
- Whatsapp
- Excel
- Powerpoint
- Softwares específicos,
- Real Statistic y Megastat.
- Videos

IX. EVALUACIÓN

El sistema de evaluación del curso es el siguiente:

.

PROM = (PAR+FIN+PPRA) /3

Se aplica examen sustitutorio para el examen parcial o final, siempre que el promedio de prácticas sea de 07.o más.

El Promedio de prácticas (PPRA) se obtendrá: de la siguiente manera:

PPRA = (PRA1+PRA2 +PRA3+TRP) /4 (TRP=Trabajo práctico)

En caso de que el docente desee aplicar otro sistema de evaluación deberá coordinar con la dirección de la escuela.

La estructura de evaluación se da en 4 unidades formativas considerando la estructura de competencias que se presenta a continuación.

COMPETENCIAS	INSTRUMENTOS/CONTENIDOS	PORCENTAJE
Actitud	• Asistencia, puntualidad y trabajo en equipo	De acuerdo con las consideraciones del curso.
Conocimiento	• Participación en clase • Prácticas expositivas en PPT • Lecturas especializadas	
Procedimientos	• Análisis de Casos • Mapas conceptuales • Debates	
Investigación Aplicada	• Investigaciones basadas en casos reales • Investigación especializada	

Rúbricas del curso:

UNIDAD I:	INTRODUCCIÓN A LA GESTIÓN DEL TALENTO HUMANO			
Criterio	Conocimiento del marco teórico	Aplicación de procedimiento	Análisis y aplicación practica	Soluciones creativas a la casuística
Valor				
Comprensión de conceptos del Sistema de Gestión del Talento Humano	Define de manera correcta los conceptos del Sistema de Gestión del Talento Humano	Explica el proceso e identifica etapas con ejemplos del caso de manera literal.	Relaciona y analiza cada etapa del proceso con el caso, aportando análisis crítico y argumentos.	Integra conceptos con un análisis profundo; propone ideas creativas.
Aplicación del proceso del Sistema de Gestión del Talento Humano	Identifica la secuencia básica del proceso de Gestión del Talento Humano.	Aplica la secuencia y pasos, siguiendo lo aprendido de manera mecánica	Analiza y justifica la elección de procedimientos según necesidades del caso.	Rediseña el proceso ajustándolo al contexto, propone alternativas innovadoras o adaptaciones.
Presentación y redacción	Presenta la evidencia con una estructura básica y lenguaje claro.	Organiza la evidencia, aunque sin mayor elaboración, siguiendo la estructura solicitada.	Redacta de forma clara, organizada y relacionando teoría con ejemplos del caso.	Presenta ideas originales y estructuradas; usa apoyos visuales/esquemáticos innovadores.

Investigación	No aporta los contenidos innovadores basados en investigación en redes e IA y otras fuentes académicamente validadas.	Aporta contenidos básicos basados en investigación en redes e IA y otras fuentes académicamente validadas.	Aporta contenidos innovadores basados en investigación en redes e IA y otras fuentes académicamente validadas.	Aporta y analiza contenidos innovadores basados en investigación en redes e IA y otras fuentes académicamente validadas.

UNIDAD II	**PLANIFICACIÓN Y ORGANIZACIÓN DE LA GESTIÓN DEL TALENTO HUMANO**			
Criterio	Conocimiento del marco teórico	Aplicación de procedimientos	Análisis y aplicación practica	Soluciones creativas a la casuística
Valor				
Comprensión de conceptos de la planificación y organización de la Gestión del Talento Humano	Define correctamente conceptos, componentes y proceso de planificación y organización de la Gestión del Talento Humano.	Explica el proceso e identifica etapas con ejemplos del caso de manera literal.	Relaciona y analiza cada etapa del proceso con el caso, aportando análisis crítico y argumentos.	Integra conceptos con análisis profundo; identifica riesgos y oportunidades; propone mejoras creativas.
Aplicación del proceso	Identifica la secuencia básica del proceso de planificación y organización de la Gestión del Talento Humano.	Aplica la secuencia y pasos, siguiendo lo aprendido de manera literal.	Analiza y justifica la elección de procedimientos según necesidades del caso.	Rediseña el proceso ajustándolo al contexto, propone alternativas innovadoras o adaptaciones.
Presentación y redacción	Presenta la evidencia con una estructura básica y lenguaje claro.	Organiza la evidencia, aunque sin mayor elaboración, siguiendo la estructura solicitada.	Redacta de forma clara, organizada y relacionando teoría con ejemplos del caso.	Presenta ideas originales y estructuradas; usa apoyos visuales/esquemáticos innovadores.
Investigación	No aporta contenidos innovadores basados en investigación en redes e IA y otras fuentes académicamente validadas.	Aporta contenidos básicos basados en investigación en redes e IA y otras fuentes académicamente validadas.	Aporta contenidos innovadores basados en investigación en redes e IA y otras fuentes académicamente validadas.	Aporta y analiza contenidos innovadores basados en investigación en redes e IA y otras fuentes académicamente validadas.

UNIDAD III	**ORGANIZACIÓN Y FUNCIONES DE LA OFICINA DE GESTIÓN DEL TALENTO HUMANO**			
Criterio	Conocimiento del marco teórico	Aplicación de procedimientos	Análisis y aplicación practica	Soluciones creativas a la casuística
Valor				
Comprensión de conceptos de la organización y funciones de la oficina de Gestión del Talento Humano.	Define correctamente conceptos, componentes y el proceso de la organización y las funciones de la oficina de Gestión del Talento Humano.	Explica el proceso e identifica etapas con ejemplos del caso de manera literal.	Relaciona y analiza cada etapa del proceso con el caso, aportando análisis crítico y argumentos.	Integra los conceptos con un análisis profundo; identifica riesgos y oportunidades; y propone las mejoras creativas.
Aplicación del proceso	Identifica la secuencia básica del proceso de organización y funciones de la oficina de Gestión del Talento Humano.	Aplica la secuencia y pasos, siguiendo lo aprendido de manera literal y mecánica.	Analiza y justifica la elección de procedimientos según las necesidades del caso.	Rediseña el proceso ajustándolo al contexto, propone alternativas innovadoras o adaptaciones.
Presentación y redacción	Presenta la evidencia con una estructura básica y lenguaje claro.	Organiza la evidencia, aunque sin mayor elaboración, siguiendo la estructura solicitada.	Redacta de forma clara, organizada y relacionando la teoría con ejemplos del caso.	Presenta ideas originales y estructuradas; usa apoyos visuales/esquemáticos innovadores.
Investigación	No aporta contenidos innovadores basados en investigación en redes e IA y otras fuentes académicamente validadas.	Aporta contenidos básicos basados en investigación en redes e IA y otras fuentes académicamente validadas.	Aporta nuevos contenidos innovadores basados en investigación en redes e IA y otras fuentes académicas ya validadas.	Aporta y analiza contenidos innovadores basados en investigación en redes e IA y otras fuentes académicamente validadas.

UNIDAD IV	**ANÁLISIS, EVALUACIÓN Y REMUNERACIÓN DE PUESTOS**			
Criterio	Conocimiento del marco teórico	Aplicación de procedimientos	Análisis y aplicación practica	Soluciones creativas a la casuística
Valor				
Comprensión de conceptos del análisis, evaluación y remuneraciones de puestos.	Define correctamente conceptos y componentes del análisis, evaluación y	Explica el proceso e identifica etapas con ejemplos del caso de manera literal.	Relaciona y analiza cada etapa del proceso con el caso, aportando análisis crítico y	Integra los conceptos con un análisis profundo; identifica riesgos y oportunidades; propone mejoras

	remuneraciones de puestos.		argumentos.	creativas.
Aplicación del proceso	Identifica la secuencia básica del proceso de análisis, evaluación y remuneraciones de puestos.	Aplica la secuencia y pasos, siguiendo lo aprendido de manera mecánica.	Analiza y justifica la elección de procedimientos según necesidades del caso.	Rediseña el proceso ajustándolo al contexto, propone alternativas innovadoras o adaptaciones.
Presentación y redacción	Presenta la evidencia con una estructura básica y lenguaje claro.	Organiza la evidencia, aunque sin mayor elaboración, siguiendo la estructura solicitada.	Redacta de forma clara, organizada y relacionando teoría con ejemplos del caso.	Presenta ideas originales y estructuradas; usa apoyos visuales/esquemáticos innovadores.
Investigación	No aporta contenidos innovadores basados en investigación en redes e IA y otras fuentes académicas validadas.	Aporta contenidos básicos basados en investigación en redes e IA y otras fuentes académicamente validadas.	Aporta contenidos innovadores basados en investigación en redes e IA y otras fuentes académicas validadas.	Aporta y analiza contenidos innovadores basados en investigación en redes e IA y otras fuentes académicas validadas.

X. REFERENCIAS

- La Administración de RR.HH. en la actualidad. Administración de RR.HH.
  Garg Dessler
  Edit. Pearson
  2011
- Interacción entre personas y Organizaciones. Administración de Recursos Humanos
  Idalberto Chavenato
  Edit. Mc Graw Hill
  2011
- Administración de Recursos Humanos en Perspectiva
  Snell – Bohlander
  Edit. Cengal
  2013

Surco, Agosto 2026