



PROGRAMA DE ESTUDIOS

SEMINARIO DE ADMINISTRACIÓN

1. Identificación

Carrera	Administración
Curso	Cuarto
Área de formación	Profesional
Código	5467
Prerrequisitos	
Carga horaria anual	120
Carácter	Obligatorio
Créditos	
Horas presenciales semanales	4 horas reloj Teóricas: 2 prácticas: 2
Responsable	
Fecha	

2. Descripción del espacio curricular

2.1. Presentación del programa

La asignatura Seminario se propone desarrollar diversas capacidades de los estudiantes, para interpretar, analizar y proponer soluciones creativas apropiadas a los problemas que enfrentan las empresas actuales en un mundo globalizado. Se propone generar espacios que posibiliten al alumno a integrar y aplicar los conocimientos adquiridos durante los tres primeros años de la carrera, para la explicación y descripción de las diferentes acciones llevadas a cabo durante la gestión de organizaciones públicas y privadas, abarcando diversas áreas de distintas complejidades, y por sobre todo teniendo la visión integrada de una organización empresarial.

Además la materia Seminario, busca disminuir la brecha entre el contenido teórico y las necesidades prácticas de las empresas, a través de la articulación dinámica de las teorías con las prácticas, entendiendo esta articulación como un proceso intrínsecamente educativo, con el acercamiento del alumno al contexto mediante el contacto con las organizaciones empresariales del medio y las principales actividades llevadas a cabo por el administrador en sus roles de gerente y de consultor focalizándolos en la solución de problemas.

2.2. Objetivo general del programa

Constituir un medio de conexión entre el enfoque teórico-académico y las realidades actuales del mercado, en donde participan las organizaciones empresariales empresas privadas y/o públicas y sus peculiaridades de gestión; con vistas a desarrollar el perfil del egresado para el ejercicio profesional y de esta manera responder con la misión de la Carrera de Administración de Empresas.



2.3. Capacidades de la asignatura

- Propiciar que el estudiante desarrolle su capacidad de negociación, de diálogo e intercambio colaborativo y liderazgo, mediante el uso apropiado de la comunicación oral y escrita en sus propuestas de soluciones a problemas de gestión empresarial planteados.
- Desarrollar en el estudiante la formación empresarial y las capacidades emprendedoras que le permitan ampliar el panorama sobre el quehacer profesional y el reconocimiento de posibilidades de actividades independientes como la creación de nuevas empresas, o la consultoría y asesoría externa.
- Conectar al estudiante a las realidades más significativas, que hacen a la problemática de las empresas de la región, generando la posibilidad de análisis y propuestas de soluciones basados en conocimientos teóricos – prácticos, a ser suministrado durante el desarrollo del programa.
- Favorecer el desarrollo y potenciación de habilidades de pensamiento, interpretación, argumentación, proposición, y creatividad, como competencias básicas del administrador, que se transformarán en decisiones oportunas, eficientes y eficaces, en el ejercicio de la profesión.

2.4. Contenidos

UNIDAD I - TENDENCIAS DE LA ADMINISTRACIÓN

Análisis de corriente de pensamiento, e impacto de los principales referentes de la Administración a nivel mundial. Peter Drucker: La Gerencia de Empresas. La Era Post Capitalista, etc. Stephen Covey: Los 7 hábitos de toda persona altamente eficaz. El 8° hábito. Michel E. Porter: Ventaja Competitiva (Creación y Sostenimiento de un desempeño superior). Peter Senge: La Quinta Disciplina. La Quinta Disciplina en la Práctica. Philip Kotler: El Marketing según Kottler. (Cómo crear, ganar y dominar mercados). Otros.

UNIDAD II - CASOS PRÁCTICOS DE LAS MEJORES EMPRESAS O EMPRESAS DE REFERENCIA

Análisis y resolución de Casos basados en la gestión de empresas de referencia: a) internacional tales como: General Electric. 3M. Marriot. Wal-Mart. Wal Disney. Sony. Jhonson & Jhonson. Otros y b) Nacionales: CIE. INC. ANDE. Otros.

UNIDAD III - HERRAMIENTAS, ACCIONES, HERRAMIENTAS, TENDENCIAS Y PRÁCTICAS PARA MEJORAR LA GESTIÓN EMPRESARIAL

Análisis de la gestión de ventas, créditos y cobranzas. Métodos alternativos de resolución de conflictos: la mediación, la negociación y el arbitraje. Las licitaciones públicas y privadas como oportunidades de crecimiento empresarial. Proceso de licitación en una entidad: normativas, documentos, procedimientos y plazos. Los nuevos criterios de sustentabilidad empresarial: pilares económico, ambiental y social.



El comercio electrónico y su influencia en las empresas actuales: alcance, ventajas, desventajas, factores que impulsan o restringen su uso. La función gerencial: análisis de los errores más frecuentes y propuestas de puntos de mejora como oportunidad de crecimiento profesional. Las finanzas personales y su impacto en el rendimiento empresarial y en el bienestar personal: la cultura del ahorro, el presupuesto mensual personal/familiar el uso de los instrumentos de crédito, el uso de los instrumentos de compra. El tablero de mando integral o Balance Scorecard como herramienta gestión estratégica de empresas: análisis de la estructura y análisis de ejemplos prácticos de aplicación de la herramienta en empresas de la región.

UNIDAD IV - EL ESCENARIO ACTUAL EN LA GESTIÓN EMPRESARIAL

Análisis, debates, informes, asunción de posturas y conclusiones sobre la gestión empresarial o de las organizaciones, a partir de Charlas técnicas y ponencias de consultores, empresarios o gerentes de empresas del ámbito, y conversatorios para compartir sus experiencias, a través de eventos realizados en la Facultad o en los locales de otras instituciones. Visitas técnicas a empresas, para analizar la correlación entre el marco teórico académico, y las prácticas en las empresas, para conocer nuevas herramientas de gestión y tecnologías aplicadas en las empresas, con vistas a su valoración.

2.5. Estrategias metodológicas

Se utilizará una variedad de orientación pedagógica que además de las clases magistrales, comprenderá por sobre todo: talleres de práctica y trabajo en equipo, discusión de casos, aproximación de casos a la problemática socioeconómica de la región y en especial de las organizaciones y la detección de puntos de mejora aplicables a dichas realidades. Como complemento y medio de profundización práctica de la asignatura, se incluirá las charlas magistrales de invitados que se desenvuelven en empresas de reconocida trayectoria del entorno y visitas técnicas a empresas de la región. También se generarán propuestas viables y originales frente a las áreas-problemas elegidas a través de estudios de casos, planteando soluciones creativas, con base teórica y con la aplicación de herramientas de gestión aprendidas.

2.6. Aspectos evaluativos

La evaluación será de proceso y producto. Los procesos evaluativos se centrarán a verificar las capacidades logradas, en cada etapa y durante todo el proceso. La evaluación de proceso asumirá el carácter diagnóstico – formativo y finalmente sumativo, por lo que servirán para la acumulación de puntajes de cada etapa, de acuerdo a las normas vigentes de la FCE.UNE. Las estrategias e instrumentos de evaluación serán conforme al Reglamento de cátedra vigente.

2.7. Criterios de evaluación

- **Cognitivo:** se refiere a capacidades que muestra el estudiante para pensar, deducir, analizar, comprender, e inferir los aprendizajes para que sea capaz de transferirlos desde sus competencias adquiridas.



- Discursivo: este criterio obedece a capacidades de diálogo y expresión con el otro, de argumentación y fundamentación de manera escrita y oral sobre inquietudes que se generen, produciendo respuestas adecuadas de los temas propuestos.
- Aplicativo: este criterio responde a capacidades desarrolladas para el planeamiento, diseño, aplicación y análisis de diferentes propuestas de proyectos académicos, fundamentados en principios y teorías, analizadas durante el curso.
- Actitudinal: durante el proceso el estudiante deberá asumir una actitud de responsabilidad y compromiso con relación a su propio proceso de formación de sus habilidades para el trabajo individual y grupal, además de la práctica de la vida ciudadana, del cuidado del medio ambiente y de la sustentabilidad de los recursos.

2.8. Bibliografía

Básica

- BOYETT, Joseph y BOYETT, Jimmie. (2000). Lo mejor de los Gurús.
- COLLINS, James C y PORRAS, Jerry I. (2000). Hechas para durar – Prácticas exitosas de empresas visionarias. Editora JPA Ltda. Río de Janeiro
- COVEY, Stephen R. (2005) El 8° hábito – De la efectividad a la Grandeza. Paidós. Buenos Aires.
- DRUCKER, Peter. (2000). La gerencia de empresas. Litografía Rosses, S.A. Barcelona.
- GARCÍA DEL JUNCO, Julio y CASANUEVA ROCHA, Cristóbal. (2000). Gestión de empresas – Enfoques y técnicas en la práctica. Editora Pirámide. Madrid.
- KOTLER, Philip. (2000). El marketing según Kotler. Editora Verlap. Buenos Aires.
- L y M, Asesoría Empresarial. (2000). Leader Management – Para quienes deciden. L y M, Asesoría Empresarial. Asunción.
- PORTER, Michael. (1995). Ventaja competitiva – Creación y sostenimiento de un desempeño superior. Sociedad Impresora Americana. Buenos Aires.
- SENGE, Peter. (1998). La quinta disciplina en la práctica – Estrategias y herramientas para construir la organización al aprendizaje. Ediciones Juan Granítica, S.A. Barcelona.
- STEVENS, Michael. (2000). Cómo ser mejor resolviendo problemas de negocios. Panorama Editorial. México D.F.
- Lussier, R., y Achua, C. (2005). *Liderazgo Teoría, Aplicación y Desarrollo de Habilidades*. México: Thompson.
- Ury, William y Fisher, Roger. *Sí. De Acuerdo*.

Complementaria

- Hughes, R., Ginnett, R. y Curphy, G. *Como aprovechar las lecciones de la experiencia*. (5ª ed.).