



**UNIVERSIDAD PERUANA DEL CENTRO**  
**FACULTAD DE DERECHO Y CIENCIAS ADMINISTRATIVAS**  
**ESCUELA PROFESIONAL DE ADMINISTRACIÓN DE**  
**EMPRESAS**  
**SILABO**

**ASIGNATURA: Electivo: FRANQUICIAS Y EMPRESAS MULTINACIONALES**

### **1. DATOS INFORMATIVOS**

- |                               |   |
|-------------------------------|---|
| 1.1 Nombre de la Asignatura   | : <b>Franquicias y Empresas Multinacionales</b> |
| 1.2 Código de la Asignatura   | : <b>ADM-664</b>                                |
| 1.3 Número de créditos        | : 03  |
| 1.4 Carácter de la Asignatura | : Obligatorio                                   |
| 1.5 Ciclo Académico           | : VI  |
| 1.6 Tota de horas             | : 04  |
| 1.7.1. Horas de teoría        | : 02  |
| 1.7.2. Horas de práctica      | : 02  |
| 1.7 Prerrequisito             | : ADM-318                                       |
| 1.8 Total de Semanas          | : 17 semanas                                    |

### **2. SUMILLA**

La asignatura es de carácter electivo, pertenece al área de formación profesional de la especialidad; es de naturaleza teórica y práctica y orienta al estudiante reconocer los conceptos y elementos que intervienen en la configuración de las franquicias y su desarrollo en el modelo del negocio. Desarrolla las siguientes unidades de aprendizaje: 1. El sistema de franquicia. 2. La franquicia: elementos integrantes. 3. Gestión empresarial de la franquicia. 4. Estrategia internacional de la franquicia. La asignatura exige del estudiante la elaboración y presentación de un informe sobre el proceso para el desarrollo de un sistema de franquicia internacional en una empresa

### **3. OBJETIVOS**

- El alumno se encontrará en la capacidad de Valorar la significación de la franquicia como forma de negocio en el contexto nacional, considerando sus ventajas y desventajas.
- Reconocer los elementos del sistema de franquicias en el modelo económico, de acuerdo con las regulaciones nacionales e internacionales.
- Evaluar los recursos y condiciones para lograr los objetivos de éxito de una franquicia según parámetros establecidos por las empresas franquiciadoras
- Proponer estrategias de internacionalización de una franquicia, considerando las normas del mercado objetivo.

#### 4. PROGRAMACIÓN ACADEMICA

### UNIDAD I EL SISTEMA DE FRANQUICIA, LA FRANQUICIA ELEMENTOS INTEGRANTES

**Capacidades:**

1. Identificar la importancia del cliente interno y externo para la sobrevivencia de las empresas actualmente.
2. Conoce y desarrolla habilidades personales para el logro de resultados.

Nº de semana	Nº de sesión	Nº de Horas	CONTENIDOS			% de Avance
			CONCEPTUAL	PROCEDIMENTAL	ACTITUDINAL	
1	S1	2h	Presentación y Lectura del Sílabo. Evaluación diagnóstica.	- Explica la importancia del cliente para la empresa.	- Acepta y valora la contribución de la	
	S2	2h	Definición y orígenes de la Franquicia.	- Identifica y selecciona los factores de éxito para el logro de resultados.	concepción, conceptualización de la teoría del servicio.	
2	S1	2h	Franquicia de marca o productos. Franquicia de formato de negocio	- Reconoce la importancia	- Toma conciencia de la	
	S2	2h	Sujetos de la franquicia: el franquiciante y el franquiciatario	- Valora el aplicar la importancia del papel		
3	S1	2h	La ética en la franquicia	para lograr la mejor	externo en la	
	S2	2h	La franquicia y sus componentes	atención al cliente.	producción del	
4	S1	2h	El contrato de franquicia	- Reconocer que a las	servicio.	
	S2	2h	La marca y el know-how.	tratar antes de prejuzgar. - Analizar la realidad de la		

5	S1	2h	El producto ofertado y el contrato de franquicia	calidad de los tipos de servicio en nuestra realidad.	
	S2	2h	Los pagos y la exclusividad territorial		
6	S1	2h	Los servicios en el Aprovechamiento		
	S2	2h	<b>PRIMERA EVALUACIÓN PARCIAL</b>		

**UNIDAD II**  
**GESTIÓN EMPRESARIAL DE LA FRANQUICIA ,**

**Capacidades:**

8. Evalúa los recursos y condiciones para lograr los objetivos de éxito de una franquicia según parámetros establecidos por las empresas franquiciadoras

Nº de semana	Nº de sesión	Nº de Horas	CONTENIDOS			% de Avance
			CONCEPTUAL	PROCEDIMENTAL	ACTITUDINAL	
7	S1	2h	Formas comerciales y alternativas de la franquicia en el mercado peruano. Condiciones del/a franquiciador/a.	- Comprende los modelos de calidad en el servicio y sus características.	-Muestra interés por conocer las implicancias de los elementos de la calidad de servicios.	
	S2	2h	Experiencias empresariales y de negocios			
8	S1	2h	Tendencias actuales de la franquicia	- Aplica los conceptos aprendidos en una propuesta de manual de calidad para una organización.	-Valora los conceptos de los factores que toma el cliente en el proceso de la buena atención al cliente.	
	S2	2h	La franquicia: ventajas e inconvenientes			
9	S1	2h	Condiciones del/a franquiciador/a	- Aprende a manejar las objeciones de los clientes.		
	S2	2h	El contrato de franquicia			
10	S1	2h	La estructura de un contrato de franquicia			
	S2	2h	Instrucciones de retractación en franquicias			
11	S1	2h	Las franquicias y sus beneficios para el desarrollo empresarial			
	S2	2h				

	S1	2h	Las franquicias en el Perú		
12	S2	2h	<b>SEGUNDA EVALUACIÓN PARCIAL</b>		66.67%

**UNIDAD III**  
**ESTRATEGIA INTERNACIONAL DE LA FRANQUICIA.**

**Capacidades:**

1. Conoce e interpreta la importancia de tratar a un cliente como un amigo.
2. Conoce e interpreta el proceso de atención de reclamos y el cómo lograr la satisfacción de nuestros clientes.

Nº de semana	Nº de sesión	Nº de Horas	CONTENIDOS			% de Avance
			CONCEPTUAL	PROCEDIMENTAL	ACTITUDINAL	
13	S1	2h	Las estrategias empresariales en la franquicia	- Comprende la importancia de no tratar a un cliente sino es el trato a un amigo.	-Explica, aplica, y valora los instrumentos de medición de la calidad con la finalidad	
	S2	2h	Razones para la internacionalización de la franquicia			
14	S1	2h	El sistema de franquicias internacionales, Importación de una franquicia.	- Reconoce la importancia de retener a los clientes.	-Finalidad de mantener competitivas a las organizaciones que crea o de las que forma parte, con liderazgo y ética.	
	S2	2h	Fracasos en la internacionalización de la franquicia.			
15	S1	2h	Estrategias para promocionar la exportación de franquicias peruanas	Comprender el procedimiento para atender un reclamo.		
	S2	2h	Motivos para utilizar la franquicia como sistema de expansión			
16	S1	2h	Las estrategias de cobertura y de mercado	Identificar la importancia del logro de la satisfacción de nuestros clientes.		
	S2	2h	La franquicia como estrategia de crecimiento.			
17	S1	2h	Importación internacional de un sistema de franquicia			
	S2	2h	<b>TERCERA</b>			<b>EVALUACIÓN PARCIAL</b>

18	EXAMEN DE REZAGADOS
19	EXAMEN COMPLEMENTARIO

## 5. METODOLOGÍA Y/O ESTRATEGIAS DIDACTICAS

- 5.1 Métodos: Inductivo, Deductivo, Polémico, Expositivo y Heurístico, Sintético- Analítico.
- 5.2 Técnicas: mapas mentales, mapas conceptuales, diálogo, dinámica de grupos, entre otros.
- 5.3 Formas: oral, escrita, lectura de textos, Reflexiva-Participativo, etc.
- 5.4 Modo: Individual y grupal.

## 6. RECURSOS MATERIALES

Para el alumno: Cuaderno, papelotes, diapositivas, guías académicas.

Para el profesor:

Equipos:

Multimedia

Materiales:

Plumones

Textos y separata del curso

Videos

Direcciones electrónicas

Carpeta de trabajo

Biblioteca virtual

## 7. EVALUACION

Se considerará dos dimensiones:

La evaluación de los procesos de aprendizaje y la evaluación de los resultados del aprendizaje. Estas dimensiones se evaluarán a lo largo de la asignatura en cada unidad de aprendizaje, puesto que la evaluación es un proceso permanente cuya finalidad es potenciar los procesos de aprendizaje y lograr los resultados previstos.

La evaluación del proceso de aprendizaje consistirá en evaluar: Los saberes y aprendizajes previos, los intereses, motivaciones y estados de ánimo de los estudiantes, la conciencia de aprendizaje que vive, el ambiente y las relaciones interpersonales en el aula; los espacios y materiales; y nuestros propios saberes (capacidades y actitudes); de modo que permita hacer ajustes a la metodología, las organizaciones de los equipos, a los materiales (tipo y grado de dificultad), etc.

Asimismo, la evaluación de los resultados de aprendizaje consistirá en: evaluar las capacidades y actitudes, será el resultado de lo que los alumnos han logrado aprender durante toda la unidad. Este último será tanto individual como en equipo. Es decir cada alumno al final del curso deberá responder por sus propios conocimientos (50%), deberá demostrar autonomía en su aprendizaje pero también deberá demostrar capacidad para trabajar en equipo cooperativamente (50%). Los exámenes serán de dos tipos: parcial y final.

El promedio de tarea académica (TA) es el resultado de las evaluaciones permanentes tomadas en clase: prácticas calificadas, exposiciones y otros, también es el resultado de la evaluación valorativa: actitudes positivas, participación en clase, reflexiones y otros. Sin embargo los exámenes parcial y final serán programados por la Universidad. El promedio final (PF) se obtendrá de la siguiente ecuación.

TA: Promedio de tareas académica

EP1 :1ra evaluación parcial

EP2 : 2da evaluación parcial

EF: Evaluación Final

NF : Nota final

$$NF = \frac{TA + EP1 + EP2 + EF}{4}$$



## 8. BIBLIOGRAFIA

- Díez de Castro, E., Navarro, A. y Rondán, F. (2005). El Sistema de Franquicia. Fundamentos teóricos y prácticos. Madrid: Editorial Pirámide.
- Feher, F. y Gallastegui J. (2001). Franquicias en efecto de la globalización. México: Limusa
- Rondán, F., Navarro, A. y Díez de Castro, C. (2006). El sistema ADMINISTRACION DE OPERACIONESde franquicia. Madrid: Ediciones Pirámide.

---

Ing. Edith B. Solano Meza  
Asuntos Académicos

---

Dr. Miguel Ángel León Unitveros  
Decano de la Facultad Derecho y  
Ciencias Administrativas

---

Mg. Sauri Y. Rincón Calvo  
Docente