



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

SILABO

ASIGNATURA: GESTIÓN DE EMPRESAS EN LOS SERVICIOS

1. DATOS INFORMATIVOS

1.1 Nombre de la Asignatura	: Gestión de Empresas en los Servicios
1.2 Código de la Asignatura	: ADM-869
1.3 Número de créditos	: 03
1.4 Carácter de la Asignatura	: Electivo
1.5 Ciclo Académico	: VIII
1.6 Total, de horas	: 04
1.7.1. Horas de teoría	: 02
1.7.2. Horas de práctica	: 02
1.7 Prerrequisito	: ADM-634
1.8 Total, de Semanas	: 17 semanas

2. SUMILLA

El curso de Inteligencia en los Negocios de naturaleza teórico –práctica, brinda a los estudiantes los conceptos de explotación de la información interna y externa de las organizaciones, manejo y aplicación de la tecnología de Business Intelligence, con la finalidad de plantear estrategias al interior de las empresas y soportar estratégicamente el proceso de toma de decisiones. Desarrolla las siguientes unidades de aprendizaje: 1. Bases de la inteligencia de negocios en la empresa. 2. Inteligencia de negocios en el contexto actual de la empresa. Tendencias y proyecciones. 3. Categorías, características asociadas a proyectos de inteligencia de negocios en las empresas del Perú. 4. Factores críticos de éxito de carácter estratégico de inteligencia de negocios.

3. COMPETENCIAS

- El estudiante explica un esquema sobre la importancia del tratamiento de datos, información y conocimiento, teniendo en cuenta la clasificación piramidal de toma de decisiones; con criterio de orden y calidad.
- Gestiona estrategias y herramientas de búsqueda de información significativa enfocadas a la administración y creación de conocimientos sobre el negocio, tomando en consideración las políticas de las organizaciones.

4. CRONOGRAMA Y CONTENIDOS

UNIDAD I BASES DE LA INTELIGENCIA DE NEGOCIOS EN LA EMPRESA

Capacidades:

1. Estructura la forma de desarrollar la actividad de inteligencia de manera integrada, con visión estratégica del negocio.

Nº de sem.	Nº de sesión	Nº de Horas	CONTENIDOS			% de Avance
			CONCEPTUAL	PROCEDIMENTAL	ACTITUDINAL	
1	S1	4h	<ul style="list-style-type: none"> - ¿En qué consiste la inteligencia de negocios? - Los reportes, consultas y análisis de datos como ayuda en los negocios para sintetizar la información valiosa. 	<ul style="list-style-type: none"> - Presentación del silabo: Competencias, capacidades, y contenidos. - Normas de comportamiento y evaluación de los aprendizajes. - Elabora un cuadro comparativo entre comunicación e información. 	<ul style="list-style-type: none"> - Participación activa - Conducta ética 	
2	S1	4h	Inteligencia de negocios a nivel estratégico	Identifican las características de la inteligencia de negocios a nivel Estratégico Organización. Organización de equipos de trabajo.	<ul style="list-style-type: none"> - Participación activa - Conducta ética 	
3	S1	4h	Inteligencia de negocios a nivel táctico.	Describe la utilización de herramientas de información para determinar si en un periodo específico es usual o inusual que se produzcan comportamientos anormales en la demanda, a fin de poder anticiparlos, para aumentar el impacto positivo o minimizar el impacto negativo.	<ul style="list-style-type: none"> - Participación activa - Conducta ética 	
4	S1	4h	Inteligencia de negocios a nivel operativo.	Construye reportes u hojas de cálculo con un formato fijo, cuya información se actualiza frecuentemente.	<ul style="list-style-type: none"> - Participación activa - Conducta ética 	
5	S1	4h	Exposiciones de grupos de trabajo.	Presentación de exposiciones grupales. Presentación de diapositivas, Presentación de monografías.	Dominio del tema, presentación formal.	
6	S1	4h	PRIMERA EVALUACIÓN PARCIAL			33.34%

UNIDAD II
TENDENCIAS Y PROYECCIONES DE INTELIGENCIA DE NEGOCIOS EN EL CONTEXTO ACTUAL DE LA EMPRESA.

Capacidades:

1. Formula estrategias y tácticas de acuerdo a la metodología aprendida y la observación adecuada del comportamiento empresarial y los mercados globales.

Nº de semana	Nº de sesión	Nº de Horas	CONTENIDOS			% de Avance
			CONCEPTUAL	PROCEDIMENTAL	ACTITUDINAL	
7	S1	4h	La inteligencia comercial como guía a través de cambios en el mercado, economías inestables y agresivos competidores.	<ul style="list-style-type: none"> - Describe las relaciones internas de una organización para enfrentar los cambios en el mercado. - Explica las necesidades básicas de información que toda organización debe poseer para su desarrollo. - Sustenta las dificultades para enfrentar con éxito al mercado competitivo y a la posibilidad de liderarlo. 	<ul style="list-style-type: none"> - Disposición por aprender - Participación activa 	
8	S1	4h	La información disponible en la organización como un activo capaz de generar negocios.			
9	S1	4h	Avances en las tecnologías de la información			
10	S1	4h	Niveles de exigencia de los mercados, logros y liderazgo empresarial.			
11	S1	4h	Aplicación de nuevas herramientas de análisis para revelar nuevas oportunidades.			
SEGUNDA EVALUACIÓN PARCIAL						66.67%

UNIDAD III
RACTERÍSTICAS ASOCIADAS A PROYECTOS DE INTELIGENCIA DE NEGOCIOS EN LAS EMPRESAS DEL PERÚ.
FACTORES CRÍTICOS DE ÉXITO DE CARÁCTER ESTRATÉGICO DE INTELIGENCIA DE NEGOCIO

Capacidades

1. Examina y discute los proyectos de inteligencia de negocios en empresas peruanas.
2. Cuestiona estratégicamente los factores críticos de éxito hacia logros de objetivos del negocio.

N° de semana	N° de sesión	N° de Horas	CONTENIDOS			% de Avance
			CONCEPTUAL	PROCEDIMENTAL	ACTITUDINAL	
13	S1	2h	Aplicación de nuevas herramientas de análisis para revelar nuevas oportunidades.	Explica la mejor forma de explotar la información obtenida, basada en datos operacionales y demográficos de mercado.	- Conducta ética - Honestidad intelectual	
	S2	2h	Uso de análisis predictivo para identificar y responder a las nuevas oportunidades de negocios.	Predice las amenazas y las oportunidades: Identifica, mide y gestiona la exposición al riesgo.		
14	S1	2h	Toma de decisiones mediante el análisis de contenido	Analiza los factores de éxito de las experiencias estudiadas		
	S2	2h	Experiencias exitosas de inteligencia de los negocios			
15	S1	2h	Los factores críticos de éxito (FCE) y la estrategia competitiva.	Presenta un trabajo monográfico discriminando el sector primario del sector secundario de la información en una organización.		
	S2	2h	Métodos para identificar los FCE.	Define la Dirección estratégica para dirigir sus recursos en actividades que puedan contribuir a lograr el éxito de una organización		
16	S1	2h	Los FCE competitivos de una industria. Elementos particulares de la estrategia: Atributos del producto; los recursos; las habilidades competitivas; las utilidades y las pérdidas	Define y sustenta los FCE de su organización.		
17	S1	2h	TERCERA EVALUACIÓN PARCIAL			100 %

18	EVALUACIÓN DE REZAGADOS
19	EVALUACIÓN COMPLEMENTARIA

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

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

8. BIBLIOGRAFIA

- Curto, J y Conesa, J. (2010). Introducción al Business Intelligence. Barcelona: Editorial UOC
- Wheelen. T y Hunge D. (2007). Administración estratégica y política de negocios. (10ma. edición): México. Pearson Educación