



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

SILABO
ASIGNATURA: JUEGO DE NEGOCIOS

1. DATOS INFORMATIVOS

1.1	Nombre de la Asignatura	: Juego de Negocios
1.2	Código de la Asignatura	: ADM-1074
1.3	Número de créditos	: 03
1.4	Carácter de la Asignatura	: Electivo
1.5	Ciclo Académico	: X
1.6	Total, de horas	: 04
1.7.1.	Horas de teoría	: 02
1.7.2.	Horas de práctica	: 02
1.7	Prerrequisito	: ADM-528
1.8	Total, de Semanas	: 17 semanas

2. SUMILLA

La asignatura pertenece al área curricular de Formación Profesional, es de naturaleza teórica y práctica, tiene por propósito conocer y proponer planes para el lanzamiento y crecimiento de iniciativas emprendedoras en micro y pequeñas negocios o empresas en un entorno global y competitivo.

Organiza sus contenidos en las siguientes unidades de aprendizaje: I. El desarrollo del emprendedurismo. II. Plan estratégico para MYPES. III. Planes funcionales para nuevas iniciativas. IV. Gestión del crecimiento empresarial.

3. COMPETENCIAS

Analiza escenarios de negocios con visión gerencial para alcanzar resultados exitosos

4. CRONOGRAMA Y CONTENIDOS

UNIDAD I DESARROLLO DEL EMPRENDEDURISMO – PLAN DE MARKETING

Capacidades:

1. Analiza la situación general de la empresa bajo un enfoque estratégico.

Nº de sem.	Nº de sesión	Nº de Horas	CONTENIDOS			% de Avance
			CONCEPTUAL	PROCEDIMENTAL	ACTITUDINAL	
1	S1	2h	- La organización La visión, misión, objetivos y valores empresariales	- Información de la asignatura. Discusión de los perfiles empresariales de diversas empresas.	<ul style="list-style-type: none"> - Participación activa - Conducta ética - Participación continua. Analiza y valora lo aprendido. - Proactividad hacia el cambio - Mente abierta - Analizar y visualizar prospectivamente 	
	S2	2h	-El macro ambiente. Análisis SEPTE	- Identificar los factores relevantes del sector o industria.		
2	S1	4h	-El micro ambiente Análisis FODA. -El sector industrial, realidad y perspectivas. -La estrategia empresarial	- Elabora el análisis y matriz FODA - Elabora análisis sobre las estrategias desarrolladas en los casos de clase.		
3	S1	4h	-El mercado objetivo. -La demanda. Estacionalidad. -Plan de Marketing.	- Desarrollo de casos reales para el reforzamiento de los conceptos y su aplicación práctica		
4	S1	4h	-Marketing Mix, Precio y Producto.	- Desarrollo de casos prácticos.		
5	S1	2h	-Plaza y Promoción -Nuevas estrategias de Marketing 2.0. -Aplicación del Plan de Marketing	- Desarrollo de casos prácticos - Presentación de trabajo aplicativo de mitad de semestre.		
6	S1	4h	PRIMERA EVALUACIÓN PARCIAL			33.34%

**UNIDAD II
EL PLAN DE PRODUCCIÓN**

Capacidades:

1. Analiza las variables de marketing según el esquema desarrollado

Nº de semana	Nº de sesión	Nº de Horas	CONTENIDOS			% de Avance
			CONCEPTUAL	PROCEDIMENTAL	ACTITUDINAL	
7	S1	4h	<ul style="list-style-type: none"> - Sistema de Producción. - Tipos y alternativas 	Lecturas especializadas	<ul style="list-style-type: none"> - Disposición por aprender - Participación activa dentro del desarrollo de las clases. 	
8	S1	4h	<ul style="list-style-type: none"> - Programación de la producción; Just in Time. - Stock de Seguridad 	Diseña programa de producción en base a demanda estimada	<ul style="list-style-type: none"> - Cumple de manera responsable con todas las tareas encomendadas. 	
9	S1	4h	<ul style="list-style-type: none"> - Productividad - Optimización de los recursos 	Elabora un plan para optimizar los recursos de la empresa	<ul style="list-style-type: none"> - Trabajo en equipos 	
10	S1	4h	<ul style="list-style-type: none"> - Capacidad Instalada usada u ociosa - Tercerización 	Evalúa alternativas de producción y sustenta la adecuada.	<ul style="list-style-type: none"> - Atención analítica y reflexiva 	
11	S1	4h	Presentación de casos prácticos en grupos.	Exposiciones.		
SEGUNDA EVALUACIÓN PARCIAL						66.67%

UNIDAD III
GESTIÓN DEL CRECIMIENTO EN LAS PYMES

Capacidades

1. Dirige el crecimiento, desarrollo y promueve la competitividad de las micro o pequeñas empresas.

N° de semana	N° de sesión	N° de Horas	CONTENIDOS			% de Avance
			CONCEPTUAL	PROCEDIMENTAL	ACTITUDINAL	
13	S1	4h	- Ingresos Generales - Costos y Gastos Generales	Efectúa cálculos para estimar los ingresos. Efectúa cálculos para estimar los Costos y Gastos.	- Valoran los conceptos aprendidos. - Participación activa en clases - Proactividad por el cambio - Trabajo en equipo.	
14	S1	4h	- Valor del dinero en el tiempo - Evaluación de Decisiones Financieras	Evaluar diversos escenarios para aplicar decisiones financieras		
15	S1	4h	- Integración de todos los temas desarrollados	Desarrollo de Trabajo Aplicativo Final.		
16	S1	4h	- Aplicación del Software de Juego de Negocios.	Ejecución del juego de negocios en el Software especializado		
17	S1	4h	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

- Kotler, P. (2006). Dirección de la Mercadotecnia. México. Pearson Educación.
- Rye R. (1996). El juego empresarial: juegue a ganar desarrollando sus habilidades en la toma de decisiones de negocios. México, D.F: McGraw Hill.
- Porter, M. (2002). La Ventaja Competitiva. México: Editorial Continental.
- Tong, J. (2011). Finanzas empresariales: la decisión de inversión. Lima: Centro de investigación de la Universidad del Pacífico.