



# UNIVERSIDAD NACIONAL MAYOR DE SAN MARCOS

## Facultad de Ciencias Administrativas

### Escuela Profesional de Administración

#### Silabo JUEGO DE NEGOCIOS

#### I. DATOS INFORMATIVOS

1.1.	Código	:	061076
1.2.	Ciclo	:	X
1.3.	Créditos	:	3
1.4.	Área curricular	:	Formación Profesional
1.5.	Condición	:	Electiva
1.6.	Semestre Académico	:	2019- II
1.7.	Duración	:	16 semanas: 64 horas
1.8.	Horas semanales	:	4 HT: 2 HP: 2
1.9.	Requisitos	:	Ninguno
1.10.	Facultad	:	Ciencias Administrativas
1.11.	Escuela Profesional	:	Administración
1.12.	Profesores	:	Comisión Académica
1.13.	Texto Básico	:	Rye R. (1996). <i>El juego empresarial: juegue a ganar desarrollando sus habilidades en la toma de decisiones de negocios</i> . México, D.F: McGraw Hill.

#### II. SUMILLA

La asignatura pertenece al área de formación profesional especializada y a la sub área finanzas, es teórico - práctica y tiene por propósito estructurar la toma de decisiones a través de la lectura, interpretación y análisis de la información contable financiera, tanto de la empresa como del mercado

Organiza sus contenidos en las siguientes unidades de aprendizaje: I. El enfoque estratégico. II. El Plan de Marketing. III. El Plan de Producción: IV. Evaluación y Análisis Financiero.

#### III. COMPETENCIA DE ASIGNATURA

Analiza escenarios de negocios con visión gerencial para alcanzar resultados exitosos.

#### IV. CAPACIDADES

- Analiza la situación general de la empresa bajo un enfoque estratégico.
- Analiza las variables de marketing según el esquema desarrollado.
- Determina la mejor estructura del plan de producción buscando la optimización de los recursos.
- Evalúa los indicadores financieros en diferentes escenarios de gestión.

#### V. PROGRAMACIÓN DE CONTENIDOS

UNIDAD I: EL ENFOQUE ESTRATEGICO				
<b>CAPACIDAD:</b> Analiza la situación general de la empresa bajo un enfoque estratégico.				
Semana	Actitudes		Estrategias de Aprendizaje	Horas
	Contenidos Conceptuales	Contenidos Procedimentales		
1	<ul style="list-style-type: none"> <li>· Disposición por Aprender</li> <li>· Atención analítica y reflexiva</li> </ul>		Exposición dialogada	2
	La organización La visión, misión, objetivos y valores empresariales.	Información de la asignatura. Discusión de los perfiles empresariales de diversas empresas.		



# UNIVERSIDAD NACIONAL MAYOR DE SAN MARCOS

## Facultad de Ciencias Administrativas

### Escuela Profesional de Administración

2	El macro ambiente. Análisis SEPTÉ	Identificar los factores relevantes del sector o industria.	Exposición dialogada	2
			Solución de casos	2
3	El micro ambiente Análisis FODA	Elabora el análisis y matriz FODA.	Exposición dialogada	2
			Dinámica de grupos	2
4	El sector industrial, realidad y perspectivas. La estrategia empresarial	Elabora análisis sobre las estrategias desarrolladas en los casos de clase.	Exposición dialogada	2
			Solución de casos	2
<b>Referencia:</b>				
Reyes, O. (2012) <i>Planeación Estratégica para la Alta Dirección</i> . México: Ed. Palibrio				

#### UNIDAD II: EL PLAN DE MARKETING

##### CAPACIDAD:

Analiza las variables de marketing según el esquema desarrollado.

Semana	Actitudes		Estrategias de Aprendizaje	Horas
	<ul style="list-style-type: none"> <li>□ Disposición por Aprender</li> <li>□ Atención analítica y reflexiva</li> </ul>			
	Contenidos Conceptuales	Contenidos Procedimentales		
5	El mercado objetivo. La demanda. Estacionalidad. Plan de Marketing.	Desarrollo de casos reales para el reforzamiento de los conceptos y su aplicación práctica.	Exposición dialogada	2
			Taller	2
6	Marketing Mix Precio y Producto	Desarrollo de casos prácticos.	Exposición dialogada	2
			Taller	2
7	Plaza y Promoción Nuevas estrategias de Marketing 2.0	Desarrollo de casos prácticos	Exposición dialogada	2
			Taller	2
8	Aplicación del Plan de Marketing.	Presentación de trabajo aplicativo de mitad de semestre.	Trabajo en equipo	2
	Evaluación Parcial		Examen Parcial	2
<b>Referencia:</b>				
□ Kotler, P. (2006). <i>Dirección de la Mercadotecnia</i> . México. Pearson Educación.				

#### UNIDAD III: EL PLAN DE PRODUCCION

##### CAPACIDAD:

Determina la mejor estructura del plan de producción buscando la optimización de los recursos

Semana	Actitudes		Estrategias de Aprendizaje	Horas
	<ul style="list-style-type: none"> <li>· Disposición por Aprender</li> <li>· Atención analítica y reflexiva</li> </ul>			
	Contenidos Conceptuales	Contenidos Procedimentales		
9	Sistema de Producción. Tipos y alternativas	Lecturas especializadas.	Clase magistral	2
			Mapas conceptuales	2
10	Programación de la producción; Just in Time - Stock de Seguridad	Diseña programa de producción en base a demanda estimada.	Clase magistral	2
			Trabajo en pares	2
11	Productividad Optimización de los recursos	Elabora un plan para optimizar los recursos de la empresa.	Clase magistral	2
			Solución de casos	2
12	Capacidad Instalada usada u ociosa Tercerización	Evalúa alternativas de producción y sustenta la adecuada.	Dinámica de grupos	2
			Discusión en grupos pequeños	2
<b>Referencia:</b>				
· Porter, M. (2002). <i>La Ventaja Competitiva</i> . México: Editorial Continental.				



**UNIVERSIDAD NACIONAL MAYOR DE SAN MARCOS**  
**Facultad de Ciencias Administrativas**  
**Escuela Profesional de Administración**

<b>UNIDAD IV: EVALUACION Y ANALISIS FINANCIERO</b>				
<b>CAPACIDAD:</b> Evalúa los indicadores financieros en diferentes escenarios de gestión.				
Semana	Actitudes		Método de Aprendizaje	Horas
	<ul style="list-style-type: none"> <li>· Disposición por Aprender</li> <li>· Atención analítica y reflexiva</li> </ul>			
	Contenidos Conceptuales	Con tenidos Procedimentales		
13	Ingresos Generales Costos y Gastos Generales	Efectúa cálculos para estimar los ingresos. Efectúa cálculos para estimar los Costos y Gastos.	Exposición dialogada	2
			Dinámica de grupos	2
14	Valor del dinero en el tiempo Evaluación de Decisiones Financieras	Evaluar diversos escenarios para aplicar decisiones financieras.	Clase magistral	2
			Taller	2
15	Integración de todos los temas desarrollados.	Desarrollo de Trabajo Aplicativo Final.	Trabajo en equipo	2
			Trabajo en equipo	2
16	Aplicación del Software de Juego de Negocios	Ejecución del juego de negocios en el Software especializado	Aprendizaje virtual	2
	Examen Final		Examen Final	2
<b>Referencias:</b>				
<ul style="list-style-type: none"> <li>· Cohen E. (2005). <i>Formulación, Evaluación y Monitoreo de Proyectos Sociales</i>. Santiago de Chile: CEPAL.</li> <li>· Aramburú C. (2001). <i>Diseño, monitoreo y evaluación de Proyectos Sociales</i>. Lima: U del Pacífico.</li> <li>· Beltrán A., Cueva H. (2005) <i>Manual de Evaluación de Proyectos</i>. Lima. U del Pacífico</li> <li>· MEF. <i>Sistema Nacional de Inversión Pública SNIP</i>. Disponible en: <a href="http://www.mef.gob.pe">www.mef.gob.pe</a></li> </ul>				

**VI. METODOLOGÍA**

**6.1. Estrategias centradas en la enseñanza**

- a. Exposición dialogada
- b. Video foro
- c. Solución de casos

**6.2. Estrategias centradas en el aprendizaje**

- a. Clase magistral
- b. Exposición polémica
- c. Demostración

**VII. RECURSOS PARA EL APRENDIZAJE**

- |  |  |
|--|--|
| <ol style="list-style-type: none"> <li>a. Multimedia</li> <li>b. Fuentes de información</li> </ol> | <ol style="list-style-type: none"> <li>c. Separatas</li> <li>d. Equipos informático</li> </ol> |
|--|--|

**VIII. EVALUACIÓN**

La evaluación es un componente del proceso formativo que implica el recojo de información sobre los rendimientos y desempeños del estudiante. Permite el análisis para mejorar el proceso de enseñanza – aprendizaje. Se evalúa antes, durante y al finalizar el proceso, según la siguiente Tabla:

Evaluación Académicas	Peso
Prueba de entrada	Sin nota
Evaluación de Proceso	60%
Examen Parcial	20%
Examen Final	20%

- **Antes: prueba de entrada.**-Se realiza una evaluación inicial, diseñada para recoger los saberes que posee el estudiante para asumir la asignatura y cuyo resultado no interviene en el cálculo de la calificación de la asignatura.
- **Durante: Evaluación de Proceso.**- De acuerdo al objetivo de aprendizaje de la asignatura se evalúan las competencias adquiridas por el estudiante utilizando los criterios establecidos en el anexo N° 1
- **Examen: Parcial y Final.**- Se evalúa los productos del aprendizaje, al finalizar una o más unidades de aprendizaje, usándose la prueba escrita como instrumento de medición (examen parcial y examen final).



**UNIVERSIDAD NACIONAL MAYOR DE SAN MARCOS**  
**Facultad de Ciencias Administrativas**  
**Escuela Profesional de Administración**

**IX. FUENTES DE INFORMACIÓN COMPLEMENTARIAS**

**9.1. Fuentes bibliográficas**

- ✓ 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.