



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 : 2018 - 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). *El juego empresarial: juegue a ganar desarrollando sus habilidades en la toma de decisiones de negocios*. 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				
CAPACIDAD: Analiza la situación general de la empresa bajo un enfoque estratégico.				
Semana	Actitudes		Estrategias de Aprendizaje	Horas
	Contenidos Conceptuales			
	Contenidos Conceptuales	Contenidos Procedimentales		
1	La organización	Información de la asignatura.	Exposición dialogada	2
	La visión, misión, objetivos y valores empresariales.	Discusión de los perfiles empresariales de diversas empresas.	Taller	2



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
Referencia:				
<ul style="list-style-type: none"> 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"> Disposición por Aprender Atención analítica y reflexiva 			
	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. Evaluación Parcial	Presentación de trabajo aplicativo de mitad de semestre.	Trabajo en equipo	2
			Examen Parcial	2

Referencia:

□ Kotler, P. (2006). *Dirección de la Mercadotecnia*. 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"> Disposición por Aprender Atención analítica y reflexiva 			
	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

Referencia:

• Porter, M. (2002). *La Ventaja Competitiva*. México: Editorial Continental.



UNIVERSIDAD NACIONAL MAYOR DE SAN MARCOS

Facultad de Ciencias Administrativas

Escuela Profesional de Administración

UNIDAD IV: EVALUACION Y ANALISIS FINANCIERO				
CAPACIDAD: Evalúa los indicadores financieros en diferentes escenarios de gestión.				
Semana	Actitudes		Método de Aprendizaje	Horas
	<ul style="list-style-type: none"> • Disposición por Aprender • Atención analítica y reflexiva 			
	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
Referencias: <ul style="list-style-type: none"> • Cohen E. (2005). <i>Formulación, Evaluación y Monitoreo de Proyectos Sociales</i>. Santiago de Chile: CEPAL. • Aramburú C. (2001). <i>Diseño, monitoreo y evaluación de Proyectos Sociales</i>. Lima: U del Pacifico. • Beltrán A., Cueva H. (2005) <i>Manual de Evaluación de Proyectos</i>. Lima. U del Pacifico • MEF. <i>Sistema Nacional de Inversión Pública SNIP</i>. Disponible en: www.mef.gob.pe 				

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

- a. Multimedia
- b. Fuentes de información
- c. Separatas
- d. Equipos informático

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.