



**UNIVERSIDAD RICARDO PALMA
FACULTAD DE INGENIERÍA
ESCUELA DE INGENIERÍA INFORMÁTICA**

**SILABO
PLAN DE ESTUDIOS 2007**

I. DATOS GENERALES

CURSO	: SISTEMA DE INFORMACION EMPRESARIAL III
CODIGO	: IF-0704
AREA ACADEMICA	: Especialidad
CONDICION	: OBLIGATORIO
NIVEL	: VII
CREDITOS	: 03
NUMERO DE HORAS SEMANALES	: 03 (Teoría) y 02 (Taller)
REQUISITO	: IF-0601 Sistema de Información Empresarial II
HORARIO y AULA	: Lunes 18.00 – 19.40 hrs. Aula B105 (Taller) Martes 15.30 – 18.00 hrs. Aula B404 (Teoría)
PROFESORES	: MG. MARIA CHIOK GUERRA (Teoría y Taller) ING. ISMAEL CRUZ SOVERO (Taller)

II. SUMILLA

El curso de Sistema de Información Empresarial III, corresponde al séptimo semestre de la formación de la Escuela Académico Profesional de Ingeniería Informática. Su naturaleza es de especialidad.

Tiene como objetivo general preparara a los estudiantes para conocer y aplicar en las organizaciones, las técnicas de la Administración de Recursos Humanos y Marketing como instrumentos para el éxito de la gestión empresarial, mediante la identificación de los procesos que operan en las áreas funcionales de Recursos Humanos y Marketing para su posterior sistematización. En el taller, se desarrollaran casos practicos de integración funcional de los procesos de negocios de empresas, fundamentalmente de operación, recursos humanos y marketing.

Los contenidos del curso se dividen en cuatro unidades temáticas: Marketing: La gestión comercial en la empresa y la estrategia. El plan de Marketing. Mix de Marketing. El Marketing de Tecnologías de Información y Comercio Electrónico. Recursos Humanos: Las organizaciones y las personas. El Proceso de la Administración de Recursos Humanos. Administración de Compensaciones y Beneficios. Marco legal del trabajo. People Capability Maturity Model -People CMM: Estructura del modelo, ejes temáticos, áreas claves, implementación del P-CMM. Software Aplicativo de Sistema de Personal y Marketing: Presentación de software especializado y análisis de software líder en cada área funcional.

III. COMPETENCIAS DE LA CARRERA

El curso Sistema de Información Empresarial III esta relacionada con la siguiente competencia de la Carrera de Ingeniería Informática:

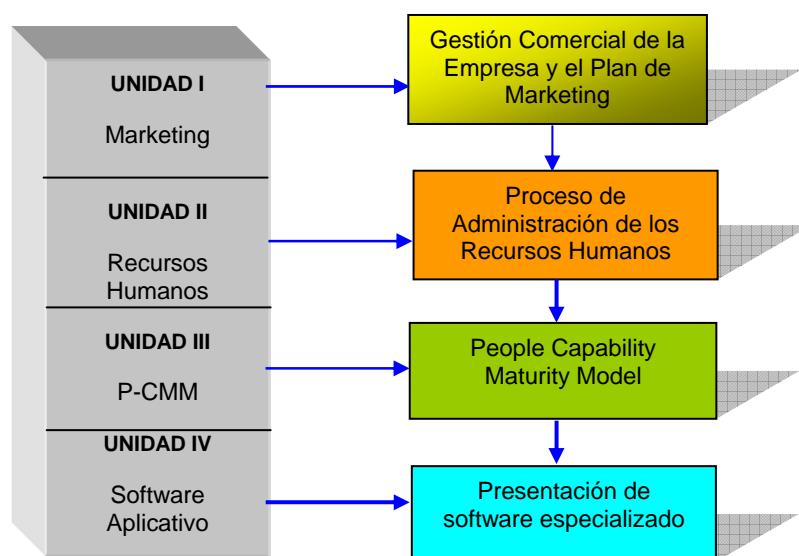
Integra soluciones tecnológicas de información y procesos del negocio para encontrar las necesidades del negocio y otras empresas, permitiendo alcanzar sus objetivos en una efectiva y eficiente forma.

IV. COMPETENCIAS DEL CURSO

- ✓ Precisa la naturaleza del Marketing y Recursos Humanos en las organizaciones modernas, para reconocer su alcance e importancia.

- ✓ Comprende y utiliza los conceptos de Planeación y Mix de Marketing para formular un Plan de Marketing como un proceso eficiente y efectivo.
- ✓ Comprende y relaciona los conocimientos de Marketing y Recursos Humanos con las actividades de Ingeniería Informática, para tener un mejor desempeño su ámbito personal y profesional y tener mayor competitividad.
- ✓ Integra soluciones tecnológicas de información y procesos del negocio para encontrar las necesidades del negocio y otras empresas permitiendo alcanzar sus objetivos en una efectiva y eficiente forma
- ✓ Participa en equipo en la formulación de un Plan de negocios, utilizando los conocimientos adquiridos en el curso y anteriores cursos de Sistemas de Información Empresarial, que ejecuta en forma proactiva en la Facultad de Ingeniería, motivado por su espíritu emprendedor, desarrollando su capacidad y habilidades generales: solución de problemas, comunicación, manejo de información, interacción social y liderazgo.

V. RED DE APRENDIZAJE



VI. UNIDADES DE APRENDIZAJE-PROGRAMACIÓN SEMANAL

UNIDAD I. MARKETING

LOGRO DE LA UNIDAD: Entiende conceptos básicos de Administración y Marketing que le permitirán tener el contexto necesario para el desarrollo del curso. Precisa la naturaleza del Marketing en las organizaciones modernas, para reconocer su alcance e importancia. Comprende y utiliza los conceptos de Planeación y Mix de Marketing para formular un Plan de Marketing como un proceso eficiente y efectivo. Comprende y relaciona los conocimientos de Marketing con las actividades de Ingeniería Informática, para tener un mejor desempeño su ámbito personal y profesional y tener mayor competitividad.

SEMANA	CONTENIDOS	ACTIVIDADES
1	- Presentación del Curso. - <u>Emprendimiento</u> : importancia, conceptos, enfoques. Tipos de emprendedores. - El Decálogo del Emprendedor. Características del antiemprendedor.	<ul style="list-style-type: none"> • Ficha de datos. Prueba de inicio. • Exposición de la profesora • Presentación de video motivacional • Trabajo individual: Gestión de Objetivos (T) • Trabajo grupal: Galería de Arte. Selección y registro de Trabajo de Aplicación (Taller:T)
2	- <u>Ciclo Operativo de la Empresa</u> : Logística, Operaciones, Recursos Humanos, Marketing, Finanzas	<ul style="list-style-type: none"> • Exposición de la profesora

	<p>- Conceptos Básicos de Marketing: Marketing, Mercadotecnia y Comercialización. Aceptaciones erradas.</p> <p>- Términos claves de Marketing: Necesidad, deseo, demanda, producto, valor, transacción, intercambio y mercado</p>	<ul style="list-style-type: none"> Control de lectura: Pongámonos de acuerdo. (TC) Trabajo grupal: Relacionar un producto con los términos claves. (TC) Trabajo grupal: Presentación por escrito de Cronograma del Trabajo de Aplicación (T)
3	<p><u>El proceso del Plan de Marketing:</u></p> <p>1) Análisis de la Situación:</p> <ol style="list-style-type: none"> Entorno: Situación Directa e Indirecta. Sector de Industria. Interna. Análisis FODA: Fortaleza, Oportunidades, Debilidades y Amenazas. 	<ul style="list-style-type: none"> Exposición de la profesora Exposición de alumnos y debate Control de lectura: Situación de la Industria del Software en el Perú. Presentar Informe (TC) Trabajo grupal: Análisis de la Situación del Trabajo de Aplicación (T)
4	<p>2) Herramientas de Análisis de la Situación: Benchmarking, Investigación de Mercados.</p> <p>3) El Mercado: Segmentación del mercado, Variables de Segmentación. Selección del Mercado Meta.</p>	<ul style="list-style-type: none"> Exposición de la profesora Exposición de alumnos y debate Trabajo individual: Diseño de Encuesta y Benchmarking de un producto TIC (TC) Trabajo grupal: Benchmarking e Investigación de Mercados del Trabajo de Aplicación (T)
5	<p>4) El Posicionamiento. Estrategias para conseguirlo. Posicionamiento de un servicio. Posicionamiento de una persona.</p> <p>5) Objetivos;</p> <p>6) Marketing Mix: Producto, Precio, Plaza y Promoción;</p> <p>7) Presupuesto;</p> <p>8) Cronograma;</p> <p>9) Ejecución y Control</p>	<ul style="list-style-type: none"> Exposición de la profesora Exposición de alumnos y debate Trabajo individual: Investigación del Plan de Marketing de un producto TIC (TC) Trabajo grupal: Revisión del Análisis de la Situación, Segmentación, Posicionamiento del Trabajo de Aplicación (T)
6	<p>Estrategias de Marketing</p> <p>a) Estrategias del Producto: Definición de un Producto. Decisiones sobre un producto. Ciclo de vida de los productos y estrategias de Marketing. Desarrollo de nuevos productos y Marcas. Normas ISO. Productos de Exportación del Perú.</p>	<ul style="list-style-type: none"> Exposición de la profesora Exposición de alumnos y debate Trabajo individual: Diseño de un producto TIC (TC) Trabajo grupal: Diseño del producto del Trabajo de Aplicación (T)
7	<p>b) Estrategias de Precios. Bases y factores para fijar los precios. Enfoques de fijación de precios.</p> <p>c) Estrategias de Plaza (Distribución): Objetivos, Canales de Distribución. Funciones. Decisiones sobre canales.</p> <p>d) Estrategias de Comunicación: El proceso de comunicación. Mezcla promocional y publicitaria. Técnicas de Ventas.</p>	<ul style="list-style-type: none"> Exposición de alumnos y debate Presentación y solución de un caso. Práctica Calificada 1: Unid. 1 en Lab. de Informática por Aula Virtual(P) Trabajo grupal: Estrategias de precio, distribución y comunicación del Trabajo de Aplicación. Presentar Entregable 1 del Trabajo de Aplicación (T)
8	EXAMEN PARCIAL	

DESCRIPCIÓN DE TÉCNICAS DIDÁCTICAS

Motivación, explicación, ejemplificación, ejercitación, casos, diálogo, debate, tutoría

RELACIÓN DE EQUIPOS DE ENSEÑANZA: Multimedia, computadora, ecran, pizarra.

RELACIÓN DE LECTURAS

- Fisher-Rossi, Konrad. Lecturas y Casos escogidos de Marketing. 1996. Esan Ediciones. Lima-Perú.

REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- Aaker, David. Liderazgo de Marca. 2006. Ediciones Deusto. España. Serie El Comercio.
- Arellano, Rolando. Marketing, Enfoque América Latina. 2000. MacGraw-Hill. México.
- Cohen, Williams. El Plan de Marketing. 2002. Ediciones Deusto. España. Serie El Comercio.
- Harrison, Tony. Estrategia de comunicación. 2002. Ediciones Deusto. España. Serie El Comercio.

- Kotler, Philip. El Marketing según Kotler, cómo crear, ganar y dominar los mercados. 1999. Editorial Paidós SAICF. Argentina.
- Kotler, Philip. Dirección de Mercadotecnia. 1996. México. Prentice Hall Hispanoamericana.
- Kotler, Philip; Armstrong, Gary. Fundamentos de Marketing. 6ta. Edición, 2003. México. Prentice Hall Hispanoamericana. 589 pag.

REFERENCIAS VIRTUALES

- [http://es.wikipedia.org/wiki/Marketing_\(Comercializaci%C3%B3n\)](http://es.wikipedia.org/wiki/Marketing_(Comercializaci%C3%B3n))
- <http://www.monografias.com/trabajos/marketing/marketing.shtml>
- <http://www.marketineros.com/>
- <http://www.aulafacil.com/CursoMarketing/CursoIntroduccion/Temario.htm>
- <http://www.desmarkt.com/>
- <http://www.marketalia.com/marketing.asp>
- http://es.wikipedia.org/wiki/Marketing_viral

UNIDAD TEMÁTICA II. ADMINISTRACION DE RECURSOS HUMANOS

LOGRO DE LA UNIDAD: Investiga el proceso de la Administración de los Recursos Humanos (ARH) para comprenderlo y usar ese conocimiento en la determinación de estrategias de personal que permitan mantener y ampliar la participación del mercado y asegurar el éxito de la empresa.

SEMANA	CONTENIDOS	ACTIVIDADES
9	Las organizaciones y las personas. El proceso de la Administración de los Recursos Humanos (ARH): Planificación, Reclutamiento, Selección, Socialización, Capacitación y Desarrollo	<ul style="list-style-type: none"> • Exposición de la profesora • Exposición de alumnos y debate • Trabajo grupal: planificación y diseño de Funciones del personal del Trabajo de Aplicación (T)
10	Evaluación del desempeño y estrategia de desarrollo profesional. Administración del cambio mediante el desarrollo de los administradores y de la organización. Administración de Compensaciones y Beneficios. Marco legal del trabajo.	<ul style="list-style-type: none"> • Exposición de la profesora • Exposición de alumnos y debate • Presentación y solución de un caso. • Práctica Calificada 2: Unid. 2 en Lab. de Informática por Aula Virtual(P) • Trabajo grupal: Cálculo de costos, presupuesto y cronograma revisado del Trabajo de Aplicación. Presentar Entregable 2 (T)

DESCRIPCIÓN DE TÉCNICAS DIDÁCTICAS

Motivación, explicación, ejemplificación, ejercitación, casos, diálogo, debate, tutoría

RELACIÓN DE EQUIPOS DE ENSEÑANZA: Multimedia, computadora, pizarra, pantalla.

REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- Chiavenato, Idalberto. Gestión del talento humano. 2002. México. Editorial Mc Graw Hill. 475 pag.
- Chiavenato, Idalberto, Introducción a la teoría general de la administración. séptima edición, 2006 México, Editorial McGraw-Hill Interamericana, 547 pág.
- Dressler, Gary. Administración de Personal. 8va. Edición, 2001. México. Prentice Hall Hispanoamericana. 700 pag.
- Koontz, Harold y Wihrich, Heinz, Administración: una perspectiva global, 12ª. Edición, 2003, México, McGraw-Hill Interamericana, 804 pág.
- Stoner, James A. F., Freeman R. Edward y Gilbert JR., Daniel R., Sexta edición Administración, 1996, México, editorial McGraw-Hill Interamericana, 688 pág.
- **William B. Werther Jr.** y Keith Davis, Administración de personal y recursos humanos, 4ta. Edición, 1987. McGraw Hill, 486 pag.

REFERENCIAS VIRTUALES

- http://www.monografias.com/Administracion_y_Finanzas/Recursos_Humanos/
- <http://www.monografias.com/trabajos12/lpersony/lpersony.shtml>
- <http://www.infomipyme.com/Docs/GT/empresarios/rrhh/index.html>
- http://www.madrimasd.org/Empleo/ServicioEstrategiaProfesional/ManualOrientacionProfesional/tema10_3.asp
- http://www.fundacionosde.com.ar/Fundacion_OSDE/pdf/biblioteca/desafio.pdf

UNIDAD TEMÁTICA III. PEOPLE - CMM

LOGRO DE LA UNIDAD: Investiga el modelo de aseguramiento P-CMM para comprenderlo y usar ese conocimiento en la determinación de estrategias que permitan mantener y ampliar la participación del mercado y asegurar el éxito de la empresa.

SEMANA	CONTENIDOS	ACTIVIDADES
11	Estructura del modelo, ejes temáticos, áreas claves	<ul style="list-style-type: none">• Exposición de la profesora• Exposición de alumnos y debate• Control de lectura• Trabajo grupal: aplicación del P-CMM al Trabajo de Aplicación (T)
12	Implementación del P-CMM	<ul style="list-style-type: none">• Exposición de la profesora• Exposición de alumnos y debate• Práctica Calificada 3: Unid. 3 en Lab. de Informática por Aula Virtual(P)• Trabajo grupal: Ejecución del Trabajo de Aplicación (T)

DESCRIPCIÓN DE TÉCNICAS DIDÁCTICAS

Motivación, explicación, ejemplificación, ejercitación, casos, diálogo, debate, tutoría

RELACIÓN DE EQUIPOS DE ENSEÑANZA Multimedia, computadora, ecran, pizarra.

RELACIÓN DE LECTURAS

- Stephen R., Covey, Los 7 hábitos de la gente altamente efectiva, 1996, México, editorial Paidós.

REFERENCIAS VIRTUALES

- <http://www.navegapolis.net/content/view/485/59/>
- http://www.12manage.com/methods_people_capability_maturity_model_es.html
- <http://www.intel.com/cd/business/enterprise/emea/spa/it/digital-office/258448.htm>
- http://es.wikipedia.org/wiki/Modelo_de_Capacidad_y_Madurez
- <http://softwareprojectmanager.blogspot.com/>
- <http://www.pmi.org.ar/archivos/CMM%20-%20Un%20Modelo%20de%20Gesti%F3n%20para%20IT.pdf>
- <http://www.cenam.mx/cmu-mmcc/Evento%202005/presentaciones/B&S%20-%20CENAM%202005%20Usuarios%20MMC.pdf>

UNIDAD TEMÁTICA IV. SOFTWARE APLICATIVO

LOGRO DE LA UNIDAD: Investiga el Comportamiento del Consumidor para comprenderlo y usar ese conocimiento en la determinación de estrategias de marketing que permitan la elaboración de planes sólidos de Marketing que permitan mantener y ampliar la participación del mercado y asegurar el éxito de la empresa.

SEMANA		
--------	--	--

	CONTENIDOS	ACTIVIDADES
13	Marketing por Internet: Evolución. Marketing tradicional y on line. Marketing Relacional, Venta Cruzada. Publicidad no intrusiva. Los diez mandamientos del Marketing Digital. Casos de Exito. Negocios por Internet	<ul style="list-style-type: none"> Exposición de la profesora Empresas Peruanas que hacen Marketing por Internet en el Perú(TE) Trabajo grupal: Ejecución del Trabajo de Aplicación (T)
14	Marketing Personal de un Egresado de Ing. Informática (TE)	<ul style="list-style-type: none"> Trabajo individual: Preparar CV, tarjeta de presentacion, Consejos para afrontar con éxito una entrevista de trabajo(TE) Trabajo grupal: Entregable 3. Informe Final del Trabajo de Aplicación (T)
15	Software aplicativo de Marketing y de Personal (TE)	<ul style="list-style-type: none"> Asistencia a Conferencia Informe de alumnos y debate
16	EXAMEN FINAL	
17	EXAMEN SUSTITUTORIO	

DESCRIPCIÓN DE TECNICAS DIDÁCTICAS

Motivación, explicación, ejemplificación, ejercitación, casos, diálogo, debate, tutoría

RELACIÓN DE EQUIPOS DE ENSEÑANZA

Multimedia, computadora, ecran, pizarra.

RELACIÓN DE LECTURAS

- Philip Kotler, Los 10 pecados capitales del Marketing, indicios y soluciones, 2004, Barcelona – España, ediciones gestion 2000, , 153 pág.

REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- Al Ries, Jack Trout, La Guerra del Marketing, 2006 México, editorial McGraw-Hill Interamericana. 221 pag.
- Editora y Distribuidora Palomino. Protocolo Empresarial. 2001. Lima-Perú. 139 pag.
- Griffin, Ricky W., Ebert, Ronald J. Negocios. 7ma. Edicion, 2005. Mexico. Pearson Educación. 613 pag.
- Kiyosaki, Robert T. La Escuela de Negocios. 2006. Mexico, editorial Aguilar. 214 pag.
- Laudon, Kenneth C, Laudon, Jane P. Sistemas de informacion gerencial. Prentice Hall Hispanoamericana. México. 534 pag.
- Misner, Ivan R. Maestros del Networking. 2007. Buenos Aires – Argentina. Time & Money Network Ediciones. 353 pag.
- Peter, Senge. La Quinta Disciplina: El arte y la practica de la organización abierta al aprendizaje. 1998. Buenos Aires – Argentina. Ediciones Granica. 477 pag.
- Protocolo empresarial, Desarrolle Estrategias de Marketing ejecutivo, 2001, Lima - Peru, palomino E.I.R.L., 139 pág.
- Ries, Al y Ries, Laura Las 11 leyes inmutables de la creación de marcas en Internet. 2006.

REFERENCIAS VIRTUALES

- http://www.laboris.net/static/ca_habilidades_marketing-personal.aspx
- <http://nextwave.universia.net/desarrollo-profesional/BE23.htm>
- http://blogs.elcomercio.com.pe/empresariodetuempleo/2007/07/marketing_personal.html
- <http://es.wikipedia.org/wiki/CRM>
- http://www.microsoft.com/spain/empresas/soluciones/guia_crm.msp
- http://www.wikilearning.com/que_es_crm-wkc-1519.htm

VII METODOLOGIA

- La metodología del curso está orientada a promover la participación activa de los estudiantes en clases de teoría y taller.
- Exposición del profesor en Power Point, con intervención activa de los alumnos.
- Elaboración, presentación y exposición oral individual por parte de los estudiantes, de los trabajos de investigación, de carácter obligatorio sobre temas de la especialidad del curso.
- Búsquedas de información en Internet, PROQUEST y otras bases de datos.

- Participación de los alumnos en forma grupal en el Desafío SEBRAE u otros juegos de negocios similares.
- Debate dirigido, con participación general de los estudiantes sobre aplicaciones del curso, donde los demás participantes podrán realizar preguntas y dar sus opiniones.
- Dinámica de grupos, para la solución y presentación del trabajo de aplicación de acuerdo a la guía de taller.
- Visitas a empresas de la especialidad e Instituciones relacionadas.
- Asistencia a conferencias sobre Marketing, P-CMM y Software Aplicativo y preparación de informe.

VIII CRITERIOS Y PROCEDIMIENTOS DE EVALUACIÓN DEL APRENDIZAJE

- La asistencia a clase es OBLIGATORIA.
- La participación y entrega puntual de trabajos, constituyen criterios importantes para la evaluación del curso. No se evaluará, ni recibirá trabajos fuera de fecha establecida.
- La evaluación se hará en forma permanente. SE APRUEBA el curso CON 32 PUNTOS
- NO SE PODRA RENDIR EX. SUSTITUTORIO SI EL PROMEDIO ES MENOR QUE 07 Y/O no se tenga un mínimo de 70% de asistencia.

8.1. TEORIA

EXAMEN PARCIAL	=EP	1
EXAMEN FINAL	=EF	1
EXAMEN SUSTITUTORIO=ES	(Reemplaza al examen más bajo)	

8.2. PRACTICA

- En la teoría se tomarán 3 prácticas calificadas en Aula Virtual, al término de cada unidad: PC1, PC2, PC3. **Cada práctica tendrá peso 1.**
- Se tomará la asistencia como una anota (A) realizarán dos trabajos específicos, al inicio individual y después grupal, los que serán promediados para dar la nota de Trabajos Específico (TE), y varias tareas de clase (TC), todos los que son OBLIGATORIOS Y SERÁN ASIGNADOS POR EL PROFESOR DE TEORIA. **Cada trabajo tendrá peso 1.**
- **PROMEDIO DE PRÁCTICAS: PP (Con 2 decimales)**

$$PP = (A + PC1 + PC2 + PC3 + TE + TC) / 6$$

8.3. TALLER

- Se realizará un Trabajo de Aplicación (TA) de carácter interal, se evaluarán 3 entregables: T1, T2, T3
- Los estudiantes en grupos participarán el DESAFIO SEBRAE (DS)
- El promedio PT es con 2 decimales. **Cada entregable tendrá peso 1.**
- Nota de

$$PT = (T1 + T2 + T3 + DS + NI) / 4$$

8.5. PROMEDIO FINAL: PF (SE REQUIERE UN PUNTAJE TOTAL DE 32 PUNTOS)

PF:	Promedio Final
EP:	Examen Parcial
EF:	Examen Final
PP:	Promedio de práctica (asistencia, 3 prácticas calificadas, trabajos específico, participación en desafío SEBRAE, trabajos de clase)
TA:	Promedio Trabajo de Aplicación Final del Curso

$$PF = (EP + EF + PP + 2NT) / 5$$

TRABAJOS DEL CURSO SISTEMAS DE INFORMACION EMPRESARIAL III, 2007-2

1. OBJETIVOS:

- a) Relacionar los conocimientos adquiridos en el curso SIE III y los anteriores, con las actividades personales y profesionales del estudiante
- b) Mejorar el proceso de aprendizaje del estudiante orientándolos a conseguir logros.
- c) Promover las iniciativas emprendedoras de los estudiantes.
- d) Desarrollar capacidades básicas y habilidades generales: trabajo en equipo, solución de problemas, comunicación, manejo de información, interacción social y liderazgo.

2. TRABAJOS: Son tres tipos de trabajos que se realizarán en el curso: 1) Trabajo de Aplicación Integral, 2) Trabajo Específico, 3) Trabajos de Clase

2.1 TRABAJO DE APLICACIÓN INTEGRAL

Se realizará en el Taller del Curso. Consiste en elaborar un Plan de Negocios y su implementación, de un producto o servicio relacionado con Ingeniería Informática o la Universidad Ricardo Palma, que debe permitir apreciar la aplicación de los conocimientos adquiridos en los cursos de Sistemas de Información Empresarial I al III.

Los temas de este trabajo y el número de estudiantes (cinco o seis) serán aprobados por los profesores de Taller. Cada estudiante adoptará un rol: Gerente, Directores de Comercialización, Recursos Humanos, Operaciones, Logística y/o Informática y Personal. El Gerente será un estudiante que disponga de por lo menos 5 horas semanales para coordinar el trabajo del grupo, será el encargado de coordinar las reuniones del grupo, es el representante del grupo ante la profesora del curso, presenta los informes a la profesora. Al final del trabajo, entregará un informe de las labores realizadas por cada estudiante.

De la tercera a la decima semana, en el horario de práctica, cada grupo debe preparar una presentación (ppt) de diez minutos, de acuerdo al avance que se le asigne. El mismo que se será colocado en el Aula Virtual. Todos los grupos sin excepción deben asistir, siendo esta asistencia y participación parte de su nota. En cada clase se elegirá por sorteo el grupo y el alumno que sustentará el proyecto. En caso de no asistencia se asignará la nota cero a todo el grupo.

Se presentarán tres entregables por escrito y en el Aula Virtual:

- a) Planificación 1 (Entorno, Marketing y Operaciones),
- b) Planificación 2 (Personal, Costos, Presupuesto y Cronograma),
- c) Ejecución y Evaluación. Informe Final.

Las entregas se harán en la sexta, decima y decima cuarta semana. Al terminar el curso se entregará un Informe Final que comprende los tres entregables en su última versión.

La nota de Trabajo de Aplicación será asignada a cada estudiante tomando en consideración los siguientes criterios: calidad, responsabilidad y nivel de cumplimiento.

2.2 TRABAJOS ESPECIFICOS

Se realizará como trabajo de la Teoría del curso SIE III. Consiste en la investigación bibliográfica y de Internet sobre temas del curso: Se asignará un tema a cada estudiante, en forma aleatoria. Serán planteados al inicio del curso y sustentados en la fecha que se le asigne. Se desarrollará en Power Point. El grupo que sea elegido elaborará un artículo de acuerdo a orientación de la profesora. La sustentación será individual. El alumno que por cualquier circunstancia no sustente, se quedará sin esa nota.

2.3 TRABAJOS DE CLASE

Ejemplos, Ensayos, Casos, Control de lectura o Tareas a desarrollar en el curso en forma individual o grupal, según se indique, serán entregados por escrito e ingresado en el Aula Virtual de la Teoría.

Surco, 20 de agosto, 2007

Mg. María Chiok Guerra
Profesora del Curso