



UNIVERSIDAD RICARDO PALMA
FACULTAD DE ARQUITECTURA Y URBANISMO
PLAN DE ESTUDIOS 2006-II

SÍLABO

1. DATOS ADMINISTRATIVOS

Nombre de la asignatura	: GESTIÓN Y ADMINISTRACIÓN II
Código	: AU 0921
Carrera	: Arquitectura
Condición	: Obligatoria
Tipo de Asignatura	: Teórico- Práctica
Semestre	: Noveno
Créditos	: 03
Horas de Teoría	: 02
Horas de Práctica	: 02
Requisito	: AU 0822 Gestión y Administración I

2. SUMILLA

El curso Gestión y Administración II pertenece al área académica de Comunicaciones y se dicta en el noveno semestre de la carrera de arquitectura de la Facultad de Arquitectura y Urbanismo. Es de naturaleza teórico-práctica y de carácter obligatorio. Tiene por objetivo general presentar los diferentes enfoques y herramientas para las actividades de marketing, operaciones, dirección de personas, costos y finanzas aplicados al diseño arquitectónico, construcción y urbanismo.

3. ASPECTOS DEL PERFIL PROFESIONAL QUE APOYA LA ASIGNATURA

- Participar en la evaluación, promoción así como en el diseño de asentamientos, habilitaciones y equipamiento.
- Participar en equipos multidisciplinarios en aspectos relativos a la gestión urbana.
- Participar en la administración pública en la formulación, administración y gestión de proyectos de inversión.
- Participar en la administración privada en la formulación, administración y gestión de proyectos de inversión.

4. OBJETIVOS

- Evaluar el proyecto como parte integrante de una realidad.
- Formular proyectos de inversión y factibilidad económica social.
- Analizar estudios técnicos de mercado y costos.
- Analizar estudios financieros, económicos y de impacto ambiental
- Manejar procesos de toma de decisiones bajo certidumbre, riesgos e incertidumbre.
- Analizar y maneja los patrones de relación y las variables humanas.
- Manejar el trabajo en equipo con creatividad responsabilidad y liderazgo.
- Identificar, clasificar y aplicar de manera responsable conceptos generales de administración de empresas y del proceso administrativo.
- Manejar con eficacia la administración de los recursos humanos, contabilidad, gerencia financiera, y de costos. Costos y presupuestos de edificaciones. Fundamentos de marketing estratégico y operativo, administración de operaciones. Principios de finanzas e inversión. Flujos de Caja, valorizaciones. Sistemas de Información. Planeamiento estratégico.
- Conocer los dispositivos legales y normativos que regulan la actividad empresarial en nuestro país.

5. PROGRAMACIÓN DE LOS CONTENIDOS Y ACTIVIDADES

UNIDAD N° 1. PROCESOS FUNCIONALES Marketing y Operaciones

Logros de aprendizaje:

- Identificar las características de un servicio eficiente, así como las motivaciones del cliente y las exigencias de éste.

- Cuantificar la demanda y oferta, diseñar estrategias de producto, precio, distribución y promoción interrelacionándolas entre sí en el mix de marketing.
- Elaborar estrategias de producción tanto de bienes y servicios, incorporando técnicas y herramientas que optimicen las operaciones e incrementen la calidad de los productos.

Nº de horas lectivas: 28

SEMANAS : 07

Semana	Tema	Actividades
1	Introducción. Revisión de conceptos de Gestión. Empresa Dinámica. Visión. Misión. Metas. Procesos funcionales.	Exposición del tema a cargo del docente Desarrollo del Taller: Visión y estrategia.
2	Clientes. Calidad de servicio. Medición de la satisfacción. Éxito empresarial duradero.	Exposición del tema a cargo del docente Desarrollo del Taller : Fidelización de clientes
3	Sistemas de información. Investigación de mercados. Segmentación.	Exposición del tema a cargo del docente Desarrollo del Taller: Necesidades no atendidas por la oferta existente.
4	Mezcla de marketing. 1era parte. Producto y precio.	Exposición del tema a cargo del docente Desarrollo del Taller: Valor vs. Precio Entrega del Informe Nº 1 IF1
5	Mezcla de marketing. 2da parte Distribución. Promoción	Exposición del tema a cargo del docente Desarrollo del Taller: Estrategia promocional. 1era Práctica Calificada PRT1
6	Sistemas de producción. Bienes y servicios. Estrategia de operaciones. Productividad.	Exposición del tema a cargo del docente Desarrollo del Taller: diseño final del producto.
7	Matriz de diseño de un sistema de servicios. Prevención de fallas (<i>Poka- joko</i>). Just in time	Exposición del tema a cargo del docente Desarrollo de Caso.
8	SEMANA DE EXÁMENES PARCIALES	
Lecturas selectas	HOROVITZ, Jacques. <i>Los 7 secretos del servicio al cliente</i> . Madrid: Prentice Hall, 2000 p.p 1-20 STANTON, William y Charles Futrell. <i>Fundamentos de Mercadotecnia</i> . México: Mc. Graw Hill, 2001 p.p 64-84 / 205-220 /285-312 /345-382 /459-477	
Técnicas didácticas a emplear	Mapa conceptual, explicación, proyecto, investigación, debate, lectura reflexiva, análisis de casos.	
Equipos y materiales	Pizarra, Computadora, multimedia, videos, Aula Virtual	
Bibliografía	BARCELLI GOMEZ, Guillermo. <i>Productividad</i> . Lima: Centro de Investigaciones Sociales Económicas y Tecnológicas (CINCEYT), 1999. BERRY, Leonard. <i>Como descubrir el alma del servicio</i> . Buenos Aires: Gránica, 2000. HARV, Eker Los secretos de la mente millonaria, Editorial Sirio S. Argentina, 2008. HAY, Edgard. <i>Justo a tiempo: la técnica japonesa que genera mayor ventaja competitiva</i> . Bogotá: Norma, 2003. KIYOSAKI, Robert y Sharon LECHTER <i>Flujo del Dinero</i> , Time & Money Network Editions, Argentina, 2003. TASSINARI, Robert. <i>El producto adecuado</i> . Barcelona: Marcombo, 1994. WEIERS, Ronald. <i>Investigación de Mercados</i> . México: Prentice Hall, 1999. Direcciones electrónicas Mix de Marketing http://translate.google.com.pe/translate?hl=es&sl=en&u=http://ww	

	w.marketingteacher.com/Lessons/lesson_marketing_mix.htm&ei=55G9SezGIMGGtgf1nf33Cw&sa=X&oi=translate&resnum=10&ct=result&prev=/search%3Fq%3Dmix%2Bde%2Bmarketing%26hl%3Des (Consulta 14.08.2015). Servicio al cliente http://www.gestiopolis.com/dirgp/mar/cliente.htm (Consulta 14.08.2015). Promoción http://www.gestiopolis.com/marketing/publicidad-efectiva-con-los-clientes.htm (Consulta 14.08.2015).
--	---

UNIDAD N° 2. PROCESOS FUNCIONALES. Personal y Finanzas

Logros de aprendizaje:

- Determina los requerimientos de personal.
- Elabora estrategias para su selección, capacitación, compensación y evaluación.
- Determina la estructura de costos.
- Formula presupuesto de egresos.
- Elabora flujos de Caja.
- Interpreta balances y estado de pérdidas y ganancias.
- Elabora proyectos empresariales a nivel preliminar considerando las variables de mercado.

Nº de horas lectivas: 28

SEMANAS: 07

Semana	Tema	Actividades
9	Concepto de Capital Humano. Nuevas Tendencias. Modelo de Gestión. Planificación.	Exposición del tema a cargo del docente Desarrollo de Caso
10	Selección. Capacitación y desarrollo. Evaluación de Rendimiento. Compensaciones. Legislación vigente.	Exposición del tema a cargo del docente Desarrollo del Caso
11	Terminología. Costos fijos y variables. Punto de equilibrio. Rendimientos. Presupuestos. Control de costos.	Exposición del tema a cargo del docente Desarrollo del Taller: Estructura de costos. Entrega del Informe N° 2 IF2
12	Sistema de información contable. Flujo de caja. Principales Estados Financieros. Ratios. Análisis Financiero. Contratos. Valorizaciones. Liquidación	Exposición del tema a cargo del docente Desarrollo de Caso Entrega del Informe Final TI
13	Trabajo de Investigación	Exposición del trabajo a cargo de los estudiantes Grupo 1
14	Trabajo de Investigación	Exposición del trabajo a cargo de los estudiantes Grupo 2
15	Trabajo de Investigación	Exposición del trabajo a cargo de los estudiantes Grupo 3
16	SEMANA DE EXÁMENES FINALES	
Lecturas selectas	IVANCEVICH, John. <i>Gestión: Calidad y Competitividad</i> . Madrid: Mc Graw – Hill Interamericana, 1996. p.p 371-399. HEFFES, Gabriel, Fernando Olguín y Alfonso Galán. <i>Auditoria de los Estados Financieros</i> . México: Iberoamericana, 1998.p.p 3-20.	
Técnicas didácticas a emplear	Mapa conceptual, explicación, proyecto, investigación, debate, lectura reflexiva, análisis de casos.	
Equipos y materiales	Pizarra, Computadora, multimedia, videos, Aula Virtual	
Bibliografía	LEVY, Sydney. <i>Administración de Proyectos de Construcción</i> . México: Mc. Graw Hill, 1999. HORNGREN, Charles. <i>Contabilidad de Costos</i> . 2006 SERPELL BLEY, Alfredo. <i>Administración de Operaciones de Construcción</i> . Santiago de Chile: Universidad Católica de	

	Chile, 1993. Direcciones electrónicas CONSTRUCTIBILIDAD http://www.revistabit.cl/pdf/Articul1.pdf (Consulta 14.08.2015) GESTIÓN DE LA PRODUCTIVIDAD http://www.gestiopolis.com (Consulta 14.08.2015) GESTIÓN DE LA CALIDAD EN EMPRESAS CONSTRUCTORAS http://books.google.com.pe/ (Consulta 14.08.2015) INNOVACIÓN http://manuelgross.bligoo.com/tag/emprendimiento (Consulta 14.08.2015)
--	---

6. EVALUACIÓN

Criterios de Evaluación:

- Asistencia y participación activa en las clases.
- Puntualidad en asistencia y en entrega de trabajos.
- Para el Trabajo de Investigación: creatividad en la elección del tema, conclusiones y recomendaciones adecuadamente sustentadas.

Obtención del promedio final:

TIPO DE EVALUACIÓN	CLAVE	CRONOGRAMA	PESO
PRACTICA CALIFICADA	prt1	SEMANA 5	1
INFORMES PARCIALES del TRABAJO DE INVESTIGACION	IF1 IF2	SEMANA 4 SEMANA 11	2
TRABAJO DE INVESTIGACION	TI	SEMANA 13 ,14 y 15	3
Examen parcial	par 1	Semana 8	1
Examen final	ef1	Semana 16	1
Examen Sustitutorio (*)	es	Semana 17	1
FÓRMULA: (PRT1+ IF1*2+ IF2*2 + TI*3 + PAR1+ FIN1) / 10			

(*) La nota conseguida reemplazará a la nota del Examen Parcial o Final. Dicho examen no sustituye la nota del trabajo de investigación.

7. BIBLIOGRAFÍA

- BARCELLI GOMEZ, Guillermo. *Productividad*. Lima: Centro de Investigaciones Sociales Económicas y Tecnológicas (CINCEYT), 1997.
- BERRY, Leonard. *Como descubrir el alma del servicio*. Buenos Aires: Granica, 2000.
- HARV, Eker. *Los secretos de la mente millonaria*, Editorial Sirio S. Argentina, 2008.
- HAY, Edgard. *Justo a tiempo: la técnica japonesa que genera mayor ventaja competitiva*. Bogotá: Norma, 2003.
- KIYOSAKI, Robert y Sharon LECHTER. *Flujo del Dinero*, Time & Money Network Editions, Argentina, 2003.
- HEFFES, Gabriel, Fernando Olguin y Alfonso Galan. *Auditoria de los Estados Financieros*. México: Iberoamericana, 1998.
- HORNGREN, Charles. *Contabilidad de Costos*. Madrid: Prentice Hall, 1998.
- HOROVITZ, Jacques. *Los 7 secretos del servicio al cliente*. Madrid: Prentice Hall, 2000.
- IVANCEVICH, John. *Gestión: Calidad y Competitividad*. Madrid: Mc Graw – Hill Interamericana, 1996.
- LEVY, Sydney. *Administración de Proyectos de Construcción*. México: Mc. Graw Hill, 1999.
- MARKIDES CONSTANTINOS C. En la Estrategia está el éxito Bogotá. Editorial Norma, 2000.
- SERPELL BLEY, Alfredo. *Administración de Operaciones de Construcción*. Santiago de Chile: Universidad Católica de Chile, 1993.
- STANTON, William y Charles Futrell. *Fundamentos de Mercadotecnia*. México: Mc. Graw Hill, 2001.
- TASSINARI, Robert. *El producto adecuado*. Barcelona: Marcombo, 1994.

Direcciones electrónicas

Mix de Marketing

http://translate.google.com.pe/translate?hl=es&sl=en&u=http://www.marketingteacher.com/Lessons/lesson_marketing_mix.htm&ei=55G9SezGIMGGtgf1nf33Cw&sa=X&oi=translate&resnum=10&ct=result&prev=/search%3Fq%3Dmix%2Bde%2Bmarketing%26hl%3Des (Consulta: 14.08.2015).

Servicio al cliente

<http://www.gestiopolis.com/dirgp/mar/cliente.htm> (Consulta: 14.08.2015).

Promoción

<http://www.gestiopolis.com/marketing/publicidad-efectiva-con-los-clientes.htm> (Consulta: 14.08.2015).

CONSTRUCTIBILIDAD

<http://www.revistabit.cl/pdf/Articul1.pdf> (Consulta: 14.08.2015).

GESTIÓN DE LA PRODUCTIVIDAD

<http://www.gestiopolis.com> (Consulta: 14.08.2015).

GESTIÓN DE LA CALIDAD EN EMPRESAS CONSTRUCTORAS

<http://books.google.com.pe/> (Consulta: 14.08.2015).

INNOVACIÓN

<http://manuelgross.bligoo.com/tag/emprendimiento> (Consulta: 14.08.2015).