



UNIVERSIDAD RICARDO PALMA
FACULTAD DE CIENCIAS ECONÓMICAS Y EMPRESARIALES
ESCUELA PROFESIONAL DE CONTABILIDAD Y FINANZAS

SÍLABO ADAPTADO PARA EL PERIODO DE ADECUACIÓN A LA EDUCACIÓN NO PRESENCIAL

SÍLABO

I. DATOS ADMINISTRATIVOS.

1. Asignatura	:	Planeamiento Estratégico
2. Código	:	CC0406
3. Naturaleza	:	Teórico/práctica
4. Condición	:	Obligatoria
5. Requisito(s)	:	CC0302 Administración II
6. Número de créditos	:	4
7. Número de horas	:	2 de teoría y 4 de práctica
8. Semestre académico	:	2021 II
9. Docente(s)	:	
Correo institucional	:	

II. SUMILLA.

El curso tiende a ofrecer al alumno la base fundamental del manejo empresarial de un plan estratégico y su importancia, permitiendo alcanzar los objetivos y metas de la organización. Para tal fin, el alumno conocerá desde el concepto del término planeamiento, pasando por el análisis, matriz, elaboración, estructura, desarrollo e implementación, así como la evaluación. De igual manera, deberá conocer las características e importancia del planeamiento en una economía globalizada. Señalando y enfatizando en la gestión eficaz, eficiente y ética.

III. COMPETENCIAS GENÉRICAS QUE CONTRIBUYEN LA ASIGNATURA.

Son competencias genéricas de la presente asignatura las siguientes:

1. Capacidad de abstracción, análisis y síntesis
2. Conocimiento sobre el área de estudio y profesión
3. Capacidad de aplicar los conocimientos en la práctica
4. Capacidad para trabajar en equipo
5. Responsabilidad social y compromiso ciudadano

IV. COMPETENCIAS ESPECÍFICAS A LAS QUE TRIBUTA LA ASIGNATURA.

Las competencias específicas centrales del presente curso son:

1. Desarrollar el planeamiento estratégico, táctico y operativo de las organizaciones, utilizando los componentes del proceso administrativo de manera alineada al logro de los objetivos organizacionales; en el marco de una percepción sistematizada.
2. Identificar las interrelaciones funcionales para diseñar estructuras organizacionales orientadas al desarrollo y alcance de las metas estratégicas de la organización; considerando el criterio de utilización más eficiente de los medios de la empresa.

V. DESARROLLA EL COMPONENTE DE: INVESTIGACIÓN () RESPONSABILIDAD SOCIAL (X).

Esta asignatura desarrolla un contenido de responsabilidad social.

VI. LOGRO DE LA ASIGNATURA.

Identificar el nuevo enfoque del Plan Estratégico y los procedimientos principales y claves para la consecución de objetivos y metas; considerando los factores del entorno y sus repercusiones en el planeamiento y los programas a desarrollarse en la empresa, en base al estudio de las matrices de negocios y análisis del entorno, para mejorar las decisiones.

VII: PROGRAMACIÓN DE CONTENIDOS.

UNIDAD I	DESARROLLO DEL MARCO TEÓRICO	
LOGRO	Al concluir la unidad el alumno estará capacitado para analizar y describir las ramas del Derecho, el contexto de la empresa, su clasificación y rol con responsabilidad social reflejada en promover la formalización empresarial y evitar la evasión tributaria.	
SEMANAS	CONTENIDOS	METODOLOGÍA
1- 4	1. Antecedentes de la planeación. 1.1. Marco teórico del planeamiento. 1.2. Principios básicos de la planeación. 1.3. El Planeamiento empresarial. 1.4. Definición, importancia, 1.5. Características. 1.6. Tipos de planeamiento 1.6.1. Planeamiento estratégico 1.6.2. Planeamiento táctico y operativo. 2. El planeamiento estratégico 2.1. Naturaleza y características 2.2. El proceso de la Planeación Estratégica	<ul style="list-style-type: none"> • Discusión individual o grupal de casos. • Investigación bibliográfica o por Internet

UNIDAD II	FORMULACIÓN DEL PENSAMIENTO ESTRATÉGICO	
LOGRO	Conocer la importancia y la metodología para plantear el Pensamiento Estratégico el cual incluye: la Visión, Misión y los Valores empresariales.	
SEMANAS	CONTENIDOS	METODOLOGÍA
5- 8	3. El Pensamiento Estratégico 3.1. La Visión Estratégica. 3.1.1. Concepto, características, establecimiento e implicancias en la empresa. 3.1.2. Pasos para desarrollar la visión. 3.1.3. Clases de visión. 3.2. La Misión Estratégica.	<ul style="list-style-type: none"> • Discusión individual o grupal de casos • Investigación bibliográfica o por Internet. • Lecturas dirigidas y constatación

	<p>3.2.1. Objetivo, elementos, formulación e importancia de la misión.</p> <p>3.2.2. Pasos para redactar la misión.</p> <p>3.2.3. Modelos de misión.</p> <p>3.3. Los Valores Estratégicos</p> <p>3.3.1. Fundamentos.</p> <p>3.3.2. Formación y funciones de los</p> <p>3.3.3. valores</p> <p>3.3.4. Los valores empresariales</p> <p>3.3.5. clasificación,</p> <p>3.3.6. características y propósitos de los valores.</p> <p>3.3.7. La ética aplicada a las organizaciones.</p> <p>3.3.8. Estrategias para la implementación de valores,</p> <p>3.3.9. Auditoria de valores</p>	<p>calificada de lecturas.</p>
--	---	--------------------------------

UNIDAD III		
AUDITORIA ESTRATÉGICA		
LOGRO:	Conocer y evaluar los factores del ambiente externo y comprender como influyen éstos en la empresa. Conocer y evaluar los factores del ambiente interno y reconocer como influyen éstos en la empresa.	
SEMANAS	CONTENIDOS	METODOLOGÍA
9- 12	<p>4. La Auditoria Estratégica</p> <p>4.1. La Auditoría del Entorno Externo</p> <p>4.1.1. Factores del Entorno Externo</p> <p>4.1.2. La Matriz de Evaluación de Factores Externos (EFE)</p> <p>4.2. La Auditoría del Entorno Competitivo</p> <p>4.2.1. Factores del Entorno Competitivo:</p> <p>4.2.2. Modelo de la Rivalidad Ampliada de Porter</p> <p>4.2.3. La Matriz de Posición Competitiva (MPC)</p> <p>4. La Auditoría del Entorno Interno</p> <p>4.3. Factores del Entorno Interno</p> <p>4.3.1. Modelo de la Cadena del Valor de Porter</p> <p>5.3.2. La Matriz de Evaluación de los Factores Internos (EFI)</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Discusión individual o grupal de casos. • Investigación bibliográfica o por Internet. • Lecturas dirigidas y constatación calificada de lecturas.

UNIDAD IV		
LOS OBJETIVOS Y LAS ESTRATEGIAS EMPRESARIALES		
LOGRO	Comprender la importancia y metodología para la Formulación de objetivos y metas empresariales. Reconocer los diversos tipos y clases de estrategias y su utilización para mejorar la posición competitiva de la empresa.	
SEMANAS	CONTENIDOS	METODOLOGÍA
13 y 16	<p>6. Los objetivos organizacionales</p> <p>6.1. Concepto, importancia, características, clasificación</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Discusión individual o grupal de casos. • Investigación

	6.2. Tipos de objetivos 7. Las Estrategias organizacionales 7.1. Conceptos generales, importancia, características, 7.2. clases y niveles de estrategias. 7.3. Matrices Estratégicas 7.3.1. Matrices Peyea, 7.3.2. Boston Consulting Group 7.3.3. Interno y Externa, 7.3.4. Gran Estrategia Principal y 7.3.5. Planificación Cuantitativa.	bibliográfica o por Internet. • Lecturas dirigidas y constatación calificada de lecturas.
--	---	--

VIII. ESTRATEGIAS DIDÁCTICAS.

En el desarrollo del presente curso, alineados con las competencias buscadas y adecuados al sistema de enseñanza virtual, a los contenidos del silabo se aplicarán los siguientes instrumentos didácticos:

1. Aprendizaje Basado en Tecnologías Informáticas de Cómputo (TIC).
2. Casuística Aplicada.
3. Aprendizaje Basado en Problemas (ABP)
4. Investigación Formativa.
5. Asistencia, Participación y Trabajo en equipo.
6. Lecturas aplicadas.

IX. EVALUACIÓN.

El sistema de evaluación establecida por la universidad es continua. Consta de 5 evaluaciones de las cuales se anula 1 de ellas.

La estructura de evaluación se da en 4 unidades formativas considerando la estructura de competencias que se presenta a continuación.

COMPETENCIAS	INSTRUMENTOS/CONTENIDOS	PORCENTAJE
Actitud	<ul style="list-style-type: none"> • Asistencia, puntualidad y trabajo en equipo 	De acuerdo a las consideraciones del curso.
Conocimiento	<ul style="list-style-type: none"> • Participación en clase • Prácticas expositivas en PPT • Lecturas especializadas 	
Procedimientos	<ul style="list-style-type: none"> • Análisis de Casos • Mapas conceptuales • Debates 	
Investigación Aplicada	<ul style="list-style-type: none"> • Investigaciones basadas en casos reales • Investigación especializada 	

X. RECURSOS:

Para el desarrollo del presente curso se requerirá el uso de los siguientes recursos:

1. Blackboard Collaborate
2. Aula Virtual,
3. Whatsapp
4. Excel
5. PowerPoint
6. Softwares específicos,
7. Real Statistic y Megastat.
8. Videos

XI. REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS.

- *Fred David, Conceptos de Administración Estratégica, Décimo primera Edición, 2008, Editorial Pearson, México.*
- *Juan Carrión Maroto, Estrategia - De la visión a la acción, 2da Edición, 2008, Editorial Esic Libros profesionales de Empresa.*
- *Idalberto Chiavenato, Administración en los nuevos tiempos.*
- *George Steiner, Planeación Estratégica: lo que todo director debe saber.*
- *Joaquín Rodríguez Valencia, Como aplicar la planeación estratégica a la pequeña y mediana empresa.*
- *Heber Jaime Barreto, Planeamiento Estratégico Sistémico.*
- *Luis Valeriano Ortiz, Planeamiento Empresarial.*
- *Pedro Franco Concha, Planes de Negocios: Una metodología alternativa.*

Surco, AGOSTO 2021