

PONTIFICIA UNIVERSIDAD CATÓLICA DEL PERÚ

FACULTAD DE EDUCACIÓN



Innovación del **S**ílabo del **C**urso de Administración para los  
Negocios - Estrategias para el **D**esarrollo del **P**ensamiento **C**rítico

TESIS PARA OPTAR EL TÍTULO DE LICENCIADA EN EDUCACIÓN  
CON ESPECIALIDAD EN EDUCACIÓN PARA EL DESARROLLO

**AUTOR:**

**Maria Angela Garcia Blasquez Begazo**

**ASESOR:**

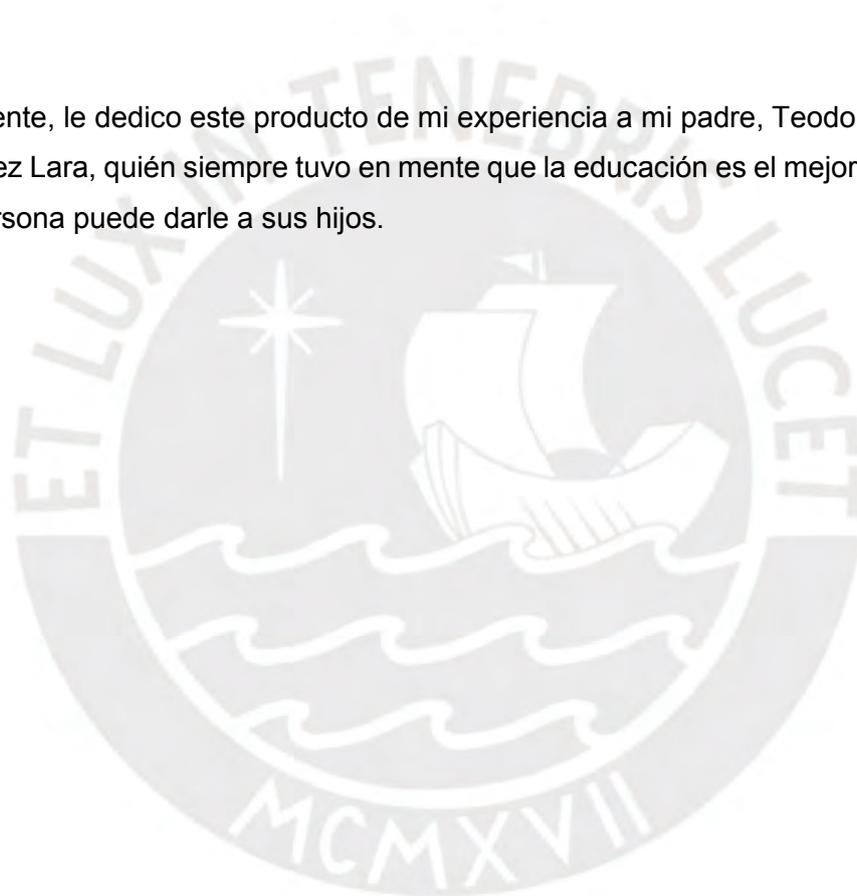
**Elsa Doraliza Tueros Way**

Lima, Diciembre, 2018

## AGRADECIMIENTOS

La elaboración del presente trabajo ha tenido su origen la preocupación por mis estudiantes a los que no solo he enseñado, sino también me han permitido reflexionar sobre mi trabajo, a los cuales les agradezco encarecidamente. Asimismo, dedico este proyecto a mi tía que siempre ha sido mi gran apoyo, Haydeé Begazo y a la Srta. Inés Manyarí por darme su opinión y comentarme sobre su experiencia en el sector educativo.

Finalmente, le dedico este producto de mi experiencia a mi padre, Teodoro García – Blásquez Lara, quién siempre tuvo en mente que la educación es el mejor regalo que una persona puede darle a sus hijos.



## RESUMEN

El presente proyecto de innovación propone cambios en la estructura del sílabo y la incorporación de estrategias que beneficiarán a los alumnos y docentes durante el desarrollo del curso formativo de Administración para los Negocios en una universidad en la ciudad de Lima.

El propósito de la innovación del sílabo, que se toma como un instrumento orientador para el trabajo del docente, es integrar lo conceptual, procedimental y actitudinal, y no sólo priorizar lo conceptual que incide en la memorización dejando de lado la formación integral y de valores. Adicionalmente, se incorporarán dentro de la parte metodológica, estrategias para el desarrollo del pensamiento crítico, motivando la reflexión y crítica en los estudiantes, a través del progresivo perfeccionamiento de sus capacidades de análisis, síntesis, argumentación, resolución de problemas y toma de decisiones. Lo anterior, hará posible dinamizar el trabajo autónomo y colaborativo, manteniendo la posición de facilitador de parte del docente. Con estos cambios se espera apoyar a los alumnos a obtener competencias que les ayudarán para ser competitivos en el mercado laboral y la sociedad.

## INDICE

	Páginas
<b>1. Justificación y antecedentes del proyecto de innovación</b>	<b>5 - 6</b>
<b>1.1. Descripción y análisis de la situación</b>	<b>6 - 11</b>
<b>1.2. Formulación del Problema</b>	<b>11</b>
<b>1.3. Antecedentes</b>	<b>11 - 12</b>
<b>2. Fundamentación teórica</b>	<b>13</b>
<b>2.1. Perfil Ideal del graduado en la Universidad del Siglo XXI</b>	<b>13-15</b>
<b>2.2. Perfil del Catedrático Universitario</b>	<b>15-17</b>
<b>2.3. Definición e Importancia del Sílabo</b>	<b>17</b>
<b>2.3.1. Estructura del Sílabo</b>	<b>18 - 19</b>
<b>2.4. Definición e Importancia del Pensamiento Crítico</b>	<b>19 - 20</b>
<b>2.4.1. Importancia del Pensamiento Crítico para la Administración para los Negocios.</b>	<b>20 - 21</b>
<b>2.5. Estrategias Didácticas</b>	<b>21- 24</b>
<b>2.5.1. Importancia de las estrategias en el proceso de enseñanza aprendizaje.</b>	<b>24- 25</b>
<b>2.5.1.1. Componentes a tener en cuenta para seleccionar una estrategia.</b>	<b>25 - 26</b>
<b>2.5.2 Estrategias que permiten el desarrollo del pensamiento crítico.</b>	<b>26 - 27</b>
<b>2.5.2.1. El ABP o Aprendizaje basado en problemas</b>	<b>27 - 29</b>
<b>2.5.2.1.1 Elaboración de los problemas</b>	<b>29 -30</b>
<b>2.5.2.1.2. Proceso del ABP o Aprendizaje basado en Problemas</b>	<b>30 - 32</b>
<b>2.5.2.2 El Estudio de Casos</b>	<b>32 -33</b>
<b>2.5.2.2.1. Modelos metodológicos del Estudio de Casos</b>	<b>33 - 34</b>
<b>2.5.2.2.2. Características de un caso</b>	<b>34 - 35</b>
<b>2.5.2.2.3. Ciclo y secuencia de la aplicación de la estrategia.</b>	<b>36-37</b>
<b>2.5.2.3. La exposición</b>	<b>37-40</b>
<b>2.5.2.4 El foro virtual</b>	<b>40-42</b>
<b>2.5.2.5. Mapas Conceptuales</b>	<b>42-43</b>
<b>2.5.2.6. Debate</b>	<b>43</b>

<b>2.5.2.7. Guías de Aprendizaje</b>	<b>43-44</b>
<b>2.5.3. Beneficios de las estrategias para el desarrollo del pensamiento crítico.</b>	<b>44-45</b>
<b>3. Diseño del proyecto</b>	<b>46</b>
<b>3.1. Título del proyecto</b>	<b>46</b>
<b>3.2. Descripción del proyecto</b>	<b>46-47</b>
<b>3.3. Objetivos del proyecto de innovación</b>	<b>48</b>
<b>3.3.1 Objetivo General</b>	<b>48</b>
<b>3.3.2 Objetivos Específicos</b>	<b>48</b>
<b>3.4. Presentación de Propuesta</b>	<b>48</b>
<b>3.4.1. Innovación del Sílabo</b>	<b>48-76</b>
<b>3.5. Estrategias y Actividades a realizar</b>	<b>76</b>
<b>3.6. Recursos Humanos</b>	<b>76</b>
<b>3.7. Monitoreo y evaluación</b>	<b>76</b>
<b>3.8. Sostenibilidad</b>	<b>77</b>
<b>3.9. Presupuesto</b>	<b>77</b>
<b>3.9.1. Recursos Humanos</b>	<b>77</b>
<b>3.9.2. Recursos y herramientas</b>	<b>77</b>
<b>3.9.3. Recursos Financieros</b>	<b>78</b>
<b>3.10 Cronograma</b>	<b>78</b>
<b>4. A modo de conclusiones</b>	<b>79</b>
<b>5. Bibliografía</b>	<b>80 - 84</b>
<b>6. Anexos</b>	<b>85</b>
<b>6.1. Sílabo Anterior</b>	<b>86-94</b>
<b>6.2. Patrón para la evaluación del sílabo</b>	<b>95</b>
<b>6.3 Caso de estudio de Richard Branson</b>	<b>96-97</b>

## **Capítulo I**

### **Justificación y Antecedentes del proyecto de innovación**

Los países que desean ser competitivos, en esta era globalizada, donde los cambios se realizan vertiginosamente en los aspectos económico, social, cultural y ético, deberán de dar prioridad a la formación de su recurso humano al más alto nivel. En este sentido las universidades deben de asumir la responsabilidad de la formación de los estudiantes haciendo el papel de agente de cambio, capaz de reconocer y enfrentar los problemas presente, así como percibir y prever el futuro. Tünnermann (2003, p.109)

Existe la necesidad de brindar una formación científica que responda a una realidad en forma creativa para atender a las nuevas demandas sociales, crear nuevas estructuras y formas de acción, previsión de problemas futuros, con capacidad de investigar, reflexionar, criticar y tomar decisiones para asumir retos.

Por lo expuesto, será necesario que la universidad apunte al desarrollo curricular por competencias, priorizando la formación en función al estudiante y al perfil profesional del egresado.

Pinilla (1999) considera que “el graduado del siglo XXI, será un profesional que tendrá las competencias de ser: crítico, ético, analítico, lógico, consecuente y futurista. En base a ello, se puede inferir que este graduado deberá contar con capacidad de liderazgo y de talento humano”.

Lo referido caracteriza al pensamiento crítico y a su desarrollo apoyándose en la aplicación de estrategias de enseñanza aprendizaje que deberían de visualizarse en el sílabo de los cursos. Esta es la razón por la cual proponemos que en el sílabo del curso de Administración para los Negocios, seleccionado para elaborar la propuesta de innovación, se encuentren presentes estrategias innovadoras que nos ayuden a

desarrollar las competencias antes mencionadas, importantes para generar profesionales competitivos, que ayuden al desarrollo del país.

### **1.1.- Descripción y análisis de la situación**

El proyecto de innovación que presento, tiene como objeto de estudio el análisis del curso de Administración para los Negocios, dictado en una universidad particular en el departamento de Lima.

Este curso es de carácter formativo, que tiene como mercado objetivo a los estudiantes en general, acorde con la filosofía de la universidad que apunta a generar profesionales con pensamiento emprendedor. En cumplimiento con esta meta, el curso se dicta a estudiantes del 1er ciclo al 5to ciclo, dependiendo de su malla curricular, con una carga horaria de 10 horas semanales, de las cuales 4 son presenciales y 6 de aprendizaje autónomo, con una carga docente de 48 alumnos por aula como máximo.

El propósito del curso es fomentar la actitud de emprendimiento y brindar las herramientas de gestión que motiven y permitan a los estudiantes a realizar sus iniciativas empresariales que podrán ayudarlos en el futuro.

La distribución horaria de seis horas de aprendizaje autónomo exige al alumno a asumir mayor responsabilidad en complementar lo realizado en las horas de aprendizaje presencial, cumpliendo con las tareas asignadas en forma individual o grupal, como el análisis de casos de estudio, la interpretación de las lecturas complementarias asignadas, la investigación bibliográfica o por internet especificados en el sílabo con el apoyo permanente del docente que asume el papel de tutor y mediador del aprendizaje, estableciendo relaciones de comunicación interpersonal y promoviendo el trabajo colaborativo y de equipo a través del foro virtual.

La motivación para realizar el presente proyecto se basa en la observación de los siguientes hechos:

- La institución asume un currículo por competencias, sin embargo en el sílabo, no se percibe la interacción de saberes cognitivos, procedimentales, actitudinales y meta cognitivos, que generen evidencias en el proceso.
- El sílabo prioriza como estrategia la exposición dialogada con apoyo de diapositivas, videos, centrados en la transmisión e internalización de conceptos y definiciones, estimulando la memorización.
- Un alto porcentaje de estudiantes demuestran la falta de habilidades para comprender y procesar la información de los textos asignados, indagar y

solucionar problemas. Esto repercute en el nivel de logros de aprendizaje y en un porcentaje de desaprobados en el curso.

Asimismo, es importante acotar que “el Informe PISA a nivel Latinoamericano establece que los estudiantes que culminan la secundaria, tienen un nivel bajo de pensamiento crítico, lo cual tiene relación con su comprensión lectora. Esto se puede observar en algunos indicadores del pensamiento crítico en la comprensión lectora, como son:

- Formula conclusiones válidas que se infieren de premisas dadas.
- Reconoce cuando una situación se da como resultado de condiciones, hechos o datos presentados dentro de un argumento.
- Verifica las relaciones causa - efecto en los eventos expuestos en el texto.
- Establece similitudes entre conceptos, hechos e ideas que le permitan razonar.
- Identifica y relaciona la idea central y las ideas secundarias del texto.
- Reconoce el orden lógico, claro y definido del argumento de la lectura.
- Determina que información es útil y necesaria dentro del texto.
- Hace preguntas pertinentes al tema o asunto en discusión.” Sánchez (2013).

Tomando en cuenta esta información, y frente a la situación descrita, me planteo las siguientes interrogantes:

- ¿Qué estrategias facilitarían el desarrollo del pensamiento crítico en los estudiantes para mejorar sus aprendizajes en el curso de Administración para los Negocios?
- ¿Qué cambios en la estructura del sílabo permitirán aplicar estrategias de intervención didáctica para desarrollar las capacidades de comprensión lectora?

Para responder estas preguntas se aplicaron instrumentos para recoger información referida al sílabo y al nivel de comprensión lectora de los estudiantes.

#### **a. Comprensión lectora**

Se seleccionó el texto de un caso titulado “Richard Branson: Un emprendedor Hippie” para recoger información. Se plantearon preguntas abiertas que están relacionadas con el contenido teórico expuesto en clase y en las lecturas de apoyo.

A continuación se presenta la lista de cotejo:

Criterios	Indicadores	Valoración			
		Si		No	
		N	%	N	%
Comprensión de conceptos, hechos y teorías	Define el concepto de emprendedor.	27	56	21	44
	Reconoce las características del personaje	25	52	23	48
	Identifica la teoría.	20	42	28	58
Desarrollo del pensamiento crítico	Infiere relaciones causa –efecto (motivaciones)	18	38	30	62
	Identifica características de un emprendedor	20	42	28	58
	Argumenta significados	17	35	31	13
	Enumera elementos, hechos o situaciones	30	63	18	37
	Interrelaciones de comparación	15	31	33	69
	Establece relaciones causa efecto y las explica	17	35	31	65
Emisión de juicios valor	Expresa su opinión y argumenta asertivamente.	18	38	30	62

Del análisis de los resultados registrados en la lista de cotejo, se deduce que de los 48 alumnos que representan el 100%, el 44% no deducen, ni comprenden el concepto de emprendedor a partir del contenido del texto y de lo desarrollado en clase. Por otro lado, el 48% no identifican las características del personaje y el 58% no reconocen la teoría que sustenta el contenido global del texto, a pesar que si responden al preguntarles durante la clase, al parecer por memorización.

Con referencia al criterio del desarrollo del pensamiento crítico, sólo 18 alumnos que representan el 38% de la clase, infieren las relaciones causa efecto y el 62% no. Asimismo, el 57% no deducen las características de un emprendedor y el 65% no argumentan de forma asertiva los significados. Cabe resaltar que el 69% no establecen relaciones de comparación.

Podemos concluir de lo observado, que más del 60% de estudiantes requieren desarrollar habilidades de pensamiento crítico y aplicar estrategias durante la lectura para mejorar su nivel de comprensión.

#### **b. Análisis del sílabo**

Para verificar la planificación del sílabo y sus elementos se ha utilizado el instrumento elaborado por el Dr. José Clemente Flores Barboza (2004) (ver Anexo No. 2) con un puntaje máximo de 20 puntos. La escala tiene tres aspectos, se asignan 3 puntos a los componentes estructurales, 2 a los de apoyo y 1 a los administrativos y 0 al no consignado.

A continuación se presenta el patrón de evaluación:

<b>COMPONENTES</b>	<b>INDICADORES</b>	<b>VALORES</b>	<b>FINAL</b>
<b>1. Datos Administrativos</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Código</li> <li>• No. de créditos</li> <li>• No. de horas T/P</li> <li>• Requisitos/profesores</li> </ul>	0.25 0.25 0.25 0.25	<b>1</b>
<b>2. Sumilla del Plan Curricular</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Naturaleza de la Asignatura</li> <li>• Propósitos Generales</li> <li>• Síntesis del contenido</li> </ul>	1.0 1.0 1.0	<b>3</b>
<b>3. Aspectos del Perfil Profesional que apoya la Asignatura</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Aparecen menciones del Perfil</li> <li>• Suficiencia de menciones</li> </ul>	1.0 0.5	<b>1.5</b>
<b>4. Competencias</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Formulados en términos de Aprendizaje</li> <li>• Referidos a conocimientos , habilidades y actitudes</li> </ul>	0.5 0.5	<b>1</b>
<b>5. Programación de los contenidos y actividades</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Coherencia con las competencias</li> <li>• Cobertura total de la sumilla</li> <li>• Programación semanal</li> </ul>	0.5 1.0 1.0	<b>2.5</b>
<b>5.1 Técnicas didácticas</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Participativas</li> <li>• Activas</li> </ul>	0.0 0.0	<b>0</b>
<b>5.2 Equipos y Materiales</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Variados</li> </ul>	0.5	<b>0.5</b>
<b>5.3 Referencias</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Actualidad (50% posterior al 2005)</li> <li>• Suficiencia (al menos 3 textos y 3 direcciones)</li> </ul>	1.0 0	<b>1.5</b>

	electrónicas por unidad temática) • Datos completos de las fuentes	0.5	
<b>6. Evaluación</b>	• Criterios explícitos • Variedad de procedimientos • Empleo del aula virtual	0 1 0.5	<b>1.5</b>
<b>Puntaje Total</b>			<b>12.5</b>

Al analizar el sílabo aplicando el patrón de evaluación del Dr. Flores Barbosa (2004), se percibe que en el rubro 3, no existe suficiencia de menciones del perfil, ya que solo aparece en una competencia. Adicionalmente, en el rubro 4 en relación a los objetivos o competencias, se percibe que han sido consideradas tres competencias generales. Las dos primeras con dos competencias específicas y la tercera con una, las cuales están redactadas como objetivos. Asimismo, la primera competencia general no está formulada en términos de aprendizaje. Con respecto, al rubro 5.1 sobre las técnicas didácticas participativas y activas, en el sílabo analizado no se especifican, pero si se pueden encontrar en el cronograma en las actividades y algunas como recursos. Se debe acotar que en el sílabo se incluyen referencias sobre metodología precisando la aplicación de métodos deductivos e inductivos, como resultado del aspecto participativo En el rubro 5.2 referido a equipos y materiales, se visualiza una confusión entre estos y las estrategias., como en el caso del diálogo e intervenciones orales. Con referencia al rubro 6, se debe de señalar que en cuanto a la evaluación no se especifican criterios ni indicadores. Tampoco, se observa nada relacionado al uso del aula virtual.

Es necesario resaltar que al margen del instrumento utilizado, en el aspecto referente a la programación de actividades de aprendizaje, se observa que se han considerado como estrategias:

- La exposición diálogo utilizando videos (predominantemente)
- Lectura de los textos de apoyo en un compendio previamente elaborado.
- Estudio de casos
- Trabajo en grupo.

De la situación descrita y analizada, el Proyecto de innovación de reestructurar el sílabo del curso de Administración para los Negocios, ha incorporado estrategias para el desarrollo de capacidades de pensamiento crítico, habilidad que es requerida por las organizaciones, generando resultados creativos, eficaces y eficientes en los

proceso de toma de decisiones, mejorando la formación profesional de los estudiantes, convirtiéndose en un referente para el docente en la orientación del proceso enseñanza aprendizaje.

### **1.2.- Formulación del Problema**

Las estrategias de enseñanza aprendizaje sugeridas en el sílabo del curso de Administración para los Negocios no estimulan el desarrollo de las capacidades del pensamiento crítico de los estudiantes.

Para revertir esta situación se plantea reestructurar el sílabo incorporando estrategias como la elaboración de mapas conceptuales que contribuirán al desarrollo de las capacidades de análisis para abstraer ideas principales, interpretar información relevante, establecer relaciones y elaborar síntesis. Adicionalmente, entregar guías de estudio ayudará a los estudiantes a seguir una secuencia lógica y la utilización de bibliografía sugerida.

La incorporación del foro virtual, como herramienta flexible para fomentar el diálogo, la solución de problemas y la emisión de opiniones en forma libre, respetando su autonomía.

Además se mantendrá el uso del estudio de casos y en algunos casos se complementará con la técnica del ABP (aprendizaje basado en problemas) incorporando los mapas conceptuales y otras técnicas para lograr un aprendizaje significativo.

La propuesta permitirá elevar la calidad del aprendizaje en coordinación con los docentes responsables del dictado del curso

### **1.3. Antecedentes**

Respecto a los antecedentes del presente estudio, no existe en la institución donde se dicta el curso, pero existe una propuesta del Instituto Técnico Central de Bogotá, Colombia, para ser implementado con estudiantes en los primeros semestres, priorizando cuatro capacidades del pensamiento crítico que deben poseer los estudiantes:

- Evaluación de la credibilidad de una fuente.
- Análisis del argumento.
- Presentación de una postura con ayuda de argumentación oral y escrita.
- Respetar las etapas del proceso de resolución de problemas.

El proyecto se desarrolló con una metodología cuantitativa con 25 alumnos del curso de Física I, partiendo de la aplicación de un pre test, dos intervenciones y un post test detectando la falta de análisis crítico la toma de posición con argumentos. Con las intervenciones se logró una mejora progresiva. (Laiton, 2010)



## **Capítulo II**

### **Fundamentación Teórica**

#### **2.1. Perfil ideal del graduado en la Universidad del Siglo XXI**

En la actualidad, los países requieren ser más competitivos en los diferentes sectores económicos para lograr un desarrollo sostenible, por lo cual es necesario priorizar la formación de los individuos, ya que mediante ellos podremos alcanzar esta meta. Siguiendo este camino, la universidad se convierte en actor principal del cambio, planificando su quehacer de acuerdo a los requerimientos del entorno, formando estudiantes que actuaran como líderes, motivando y adaptándose a los cambios, que sean capaces de detectar y enfrentar los problemas en forma oportuna y creativa.

El desarrollo integral del alumno y la respuesta a sus necesidades se plasma en el perfil ideal del egresado. (La Unesco, 1998)

La Unesco ha recogido las múltiples propuestas con respecto a que perfil debería tener el graduado ideal para el siglo XXI, de lo que se desprende que esta persona deberá tener las siguientes características:

- Conocimientos avanzados, generales o especializados, haciendo referencia a lo que Gardner, Howard (en Brunner, 2009) dio a conocer como “mente disciplinada”, que le permita comprender y adquirir nuevos conceptos dentro de una disciplina específica.
- Capacidad de aplicar los conocimientos a situaciones concretas. Tal como lo dice Delors no vale tan sólo tener “el saber” sino es necesario

“el aprender a hacer”, aplicar los conocimientos de forma práctica y eficaz.(CEE, 2001)

- Poseer competencias y capacidades de comunicación que le permitan desenvolverse en un contexto globalizado, es decir:
  - Capacidad para interrelacionarse.
  - Dotes de persuasión.
  - Aprender a auto gestionarse.
  - Capacidad de dirigir y coordinar.
  - Tener habilidades empresariales y poseer un espíritu emprendedor.
  - Habilidad para comunicarse mediante lenguas extranjeras.
- Ser eficaz al tomar decisiones.
- Mostrar motivación y dedicación en el área profesional que escogió.
- Adaptarse fácilmente a los cambios, ser flexible a los cambios en el entorno o contexto donde se desenvuelve.

Estas características se podrían sintetizar, teniendo en cuenta lo escrito por Howard Gardner en “Las cinco mentes para el futuro que sustenta que las personas que deseen triunfar en el futuro, deberán de tener cinco tipos de mentes: (Brunner, 2009).

- **Mente disciplinada**, ser una persona capaz de trabajar ordenadamente y organizar los conocimientos en modelos cognitivo académicos a través de estudios formales de una disciplina u oficio.
- **Mente sintetizadora**, tener la habilidad de recopilar, extraer e integrar información de diversas fuentes y convertirla en conocimientos útiles para él y para otros.
- **Mente creativa**, ser una persona que genere nuevas ideas, nuevos conceptos, que tengan una aplicación práctica con el fin de resolver problemas.
- **Mente respetuosa**, desarrollar la tolerancia en cuanto a la diversidad individual y colectiva. No dejar de pensar, que existen personas con diferentes culturas, ideas, que merecen ser comprendidas y respetadas.
- **Mente ética**, ser una persona amplia de visión que considere importante los derechos, obligaciones y responsabilidades

personales y de los otros. Asimismo, debe ser una persona que tenga presente que es importante su aporte a la sociedad.

Podemos inferir entonces que este graduado deberá contar con capacidad de liderazgo y de talento humano, que le permita relacionarse con otros y tener la habilidad para guiar, integrar equipos de trabajo, enseñándoles a respetarse los unos a los otros, auto gestionarse y comprometerse con los objetivos tanto los personales como los generales, de la empresa o institución donde labora. Así mismo esta persona, tendría que tener una visión amplia que le permita escuchar, entender e integrar las ideas y visiones de su equipo de trabajo. Ante todo, el profesional del futuro deberá ser un modelo de ética y rectitud que brinde seguridad y garantice resultados a su organización, a su equipo de trabajo, a su familia y a él en su desarrollo. Adicionalmente, tendrá la obligación de tener conocimientos administrativos y empresariales, que le permiten generar un desarrollo y competitividad sostenible.

En conclusión, según la OEI el graduado del siglo XXI debe ser un profesional que pueda ser capaz de aplicar el pensamiento crítico en sus diferentes niveles, facilitándole su creatividad e innovación, creando mayores probabilidades de mejora para él como individuo y al entorno donde se desenvuelva. (Pinilla, 1999)

## **2.2.- Perfil del Catedrático universitario**

La universidad en la actualidad apunta al desarrollo curricular por competencias, priorizando la formación en función del estudiante requiriendo un cambio de principios y valores que sostienen la función docente. Se asume que una competencia es “un saber desenvolverse complejo, resultante de la integración, de la movilización y de la disposición de un conjunto de capacidades y habilidades de orden cognitivo, afectivo, psicomotor o social, y de conocimientos utilizados de manera eficaz, en situaciones de carácter común. Lanier (2000) (citado en Checchia 2009)

Adicionalmente, Echevarría (2001) (citado en Checchia 2009) en cuanto a la estructura de las competencias propone un perfil, considerando cuatro tipos de saberes:

- **Técnico.-** Poseer los conocimientos especializados que permiten dominar los contenidos y tareas.
- **Metodológico.-**
  - Saber aplicar los conocimientos a situaciones concretas.
  - Utilizar procedimientos pertinentes a las tareas.
  - Solucionar problemas en forma autónoma y transferir experiencias adquiridas a nuevas situaciones.
- **Participativo.-**
  - Estar atento a la evolución de la sociedad.
  - Trabajar en equipos de manera activa y responsable.
  - Negociar y mediar teniendo en cuenta los objetivos, el entorno y las personas implicadas.
- **Personal.-**
  - Tiene una imagen realista de sí.
  - Actúa conforme a sus convicciones, asumiendo responsabilidades y toma de decisiones.

El perfil constituye el conjunto de roles, conocimientos, habilidades y destrezas, actitudes y valores para el desarrollo de las funciones y tareas del catedrático universitario.

Por otro lado, Rodríguez Espinar (2003) (citado en Checchia (2009) propone los siguientes rasgos:

- Tener dominio pertinente del saber de su campo disciplinario.
- Ser reflexivo, investigar e indagar sobre su propia práctica docente.
- Establecer la conexión entre el conocimiento disciplina y pedagógica.
- Dominar las herramientas de diseño, planificación y gestión del currículo en colaboración con los equipos y unidades de docencia.
- Estar motivado a la innovación docente.
- Ser facilitador del aprendizaje tomando en cuenta la individualidad y autonomía del estudiante para aprender y la situación grupal.
- Generar un clima de motivación para lograr aprendizajes de calidad.
- Propiciar el trabajo colaborativo y en equipo para dar respuesta a las múltiples demandas que el contexto genera.
- Propiciar el trabajo colaborativo entre los estudiantes.

- Ser tutor del proceso de aprendizaje del estudiante estableciendo relaciones de comunicación interpersonal.
- Ser profesionalmente ético para asumir un compromiso institucional y social.
- Ser justo en la valoración de los demás.

La Universidad debe ir ajustando estos rasgos para dar respuesta a los cambios y demandas sin dejar de lado la libertad académica y la autonomía institucional.

Se añade a estas capacidades consideradas por Fielden (2001) (citado en Checchia 2009):

- Conocer las aplicaciones de las TIC al campus disciplinar, desde la perspectiva de las fuentes documentales, así como de la metodología de la enseñanza.
- Dominar los avances en el proceso de enseñanza aprendizaje, para poder manejar la doble vía presencial y a distancia, usando materiales similares.
- Comprender los factores como la internacionalización y la multiculturalidad.
- Poseer la habilidad para enseñar a un amplio y diverso colectivo de estudiantes con diferentes orígenes socioeconómicos y culturales en horarios amplios y discontinuos.

### **2.3.- Definición e Importancia del Sílabo**

El sílabo es un instrumento elaborado a partir del diseño didáctico por el equipo de docentes especializados en el área y encargados del dictado de un curso o asignatura determinada, teniendo en cuenta la sumilla y el perfil del egresado.

El sílabo es importante porque permite un trabajo coordinado entre el docente y los alumnos asegurando el proceso enseñanza-aprendizaje. El sílabo no es un instrumento rígido sino es una guía flexible del trabajo académico que plantea contenidos, estrategias de enseñanza, aprendizaje y criterios de evaluación en forma sistemática, ordenada y coherente y la bibliografía para ampliar la información del contenido del curso.

### 2.3.1 Estructura del sílabo

La estructura del sílabo es muy variada, pero la más generalizada presente el siguiente esquema:

- I.- **Datos del Curso:** Donde se consignan los datos que permiten identificar al curso: nombre, código, ciclo, créditos, nombre del docente, horario.
- II.- **Sumilla:** Breve descripción de la asignatura indicando la naturaleza y propósito de la asignatura.
- III.- **Fundamentación:** Ubicación de la asignatura y traslado de rasgos del perfil profesional.
- IV.- **Competencia Generales:** Señalan los resultados de aprendizaje, metas globales o logros que se adquieren mediante procesos sistemáticos de enseñanza - aprendizaje y por eso deben ser formulados como una descripción de los resultados o logros alcanzados por los estudiantes como consecuencia de participar en el proceso educativo de la asignatura.
- V.- **Contenidos:** Son: conceptuales, procedimentales y actitudinales.
  - **Los contenidos conceptuales:** Referidos a: La construcción de conceptos, proposiciones, significados y categorías.
  - **Contenidos procedimentales:** Conjunto de acciones ordenadas, orientadas al logro de metas, también se consideran las destrezas, técnicas y procedimientos.
  - **Contenidos actitudinales:** Se refieren a las actitudes, cumplimiento de normas y a la práctica de valores.
- VI.- **Estrategias Metodológicas:** Son los métodos, técnicas y procedimientos adaptativos, organizados secuencialmente para lograr los objetivos previstos.
- VII.- **Medios y Materiales:** Se dan a conocer los principales medios y materiales que se utilizarán para lograr la adquisición de aprendizajes y están especificados en la programación analítica de las unidades.

**VIII.- Evaluación:** Se precisan los tipos procedimientos, técnicas, criterios e indicadores de evaluación así como la ponderación. Además se consideran los propósitos.

**IX. Bibliografía:** Listado de fuentes bibliográficas, direcciones de Internet, esto considerado como información básica para el desarrollo de la asignatura.

## **2.4.- Definición e Importancia del Pensamiento Crítico**

Uno de los principales objetivos de la universidad es formar profesionales capaces de argumentar sus ideas, evaluar lo expresado a otros, razonar con rigor científico, tomar decisiones sólidas y resolver problemas de manera eficaz.

El pensamiento crítico es una forma de generar conocimiento con fundamentos sólidos. Es un pensamiento que reflexiona, que analiza, que cuestiona, pondera. Es un proceso intelectual que permite discriminar información, entender, sintetizar, juzgar y decidir.

Paul (2005) define al pensamiento crítico como “aquella forma de pensamiento acerca de cualquier tema, contenido o problema en el cual el individuo mejora la calidad de sus ideas al apoderarse cuidadosamente de las estructuras inherentes al pensamiento e imponiendo sobre ellas patrones intelectuales”. La importancia de esta definición es la meta cognición, reflexión acerca de nuestros propios pensamientos que permiten desarrollar habilidades para el pensamiento crítico. Los teóricos del pensamiento crítico toman como punto de partida la argumentación, que permite formular y evaluar la información relevante apoyada en evidencias y convertirse en personas autónomas y críticas ante el conocimiento.

Un pensador crítico es capaz de:

- Formular problemas y preguntas con claridad y precisión.
- Buscar y evaluar información relevante.
- Elaborar ideas para interpretar información de manera efectiva.
- Obtener conclusiones sólidas
- Reflexionar con apertura mental.
- Analizar y evaluar supuestos y consecuencias prácticas.
- Plantear soluciones a problemas complejos.
- Comunicar ideas con efectividad. (Paul y Elder, 2005)

Es importante reconocer que el pensamiento crítico es una de las habilidades cognitivas que debe tener una gran atención en la formación de los estudiantes universitarios para lograr que tengan una amplitud mental para reflexionar, argumentar, analizar, inferir, tomar decisiones y evaluar consecuencias sobre cualquier tema, contenido o problema con claridad, precisión y relevancia. Por eso tanto las estrategias deben centrarse en el aprendizaje y la solución de problemas priorizando un esquema de trabajo activo, colaborativo y crítico.

#### **2.4.1. Importancia del pensamiento crítico en los negocios**

Dado los múltiples cambios en los diversos aspectos de nuestro entorno, llámense: político legal, socio cultural, medio ambiental, económico y tecnológico, los paradigmas dentro de varios campos de estudio han cambiado, prueba de ello son los cambios que se han dado en el ambiente educativo, donde la estructura del aprendizaje se ha modificado de estar enfocado en la obtención de conocimientos sobre diversos tópicos a otra cuyo centro es el alumno y meta el alcanzar el enriquecimiento del conocimiento y generar la habilidad para aplicar éste de manera adecuada y desarrollar la habilidad para tomar decisiones. En este sentido, Jácome & Lapo (2015), manifiestan que el pensamiento crítico tiene conexión con el desarrollo de las habilidades intelectuales, permitiendo el diseño de soluciones a diversos problemas. Así mismo, ellas sostienen que las empresas requieren del pensamiento crítico para obtener resultados estratégicos, cuyas metas compartidas generarán un punto de vista anhelante que no sólo beneficiará a las empresas, sino al mundo en su contexto global. Finalmente, concluyen que el pensamiento crítico es muy importante en la vida empresarial, pues éstas requieren que sus empleados posean criterio para analizar la información, determinen los problemas y puedan emitir soluciones, rompiendo paradigmas mentales, proponiendo el cambio con miras al beneficio económico de la empresa.

Adicionalmente, Cattaneo (2016) sostiene que el pensamiento crítico, es una disciplina que se basa en la experiencia, la observación y el razonamiento para guiar las decisiones, acciones y creencias. Con ello, quiere decir que el pensamiento crítico, nos da la habilidad para cuestionar cada paso que damos, lo que nos ayudará a tomar decisiones de manera más eficaz y eficiente, siendo una parte importante para poder lograr el éxito y sabiduría.

Desde otra perspectiva, Iglesias Fraga (2017), afirma que el pensamiento crítico es un concepto abstracto que se refiere a la habilidad y actitud de analizar, argumentar y aplicar lógica sobre los conocimientos y procesos vitales, contraponiéndose a un trabajo mecánico o aprendizaje de memoria. Este pensamiento reflexivo, se basa en razonar, analizando los hechos previamente, para tomar buenas decisiones. Debido a lo anteriormente expuesto, las empresas actualmente, requieren de profesionales que sean capaces de entender el qué, cómo y por qué se dan determinados eventos en el mercado y qué tengan la capacidad de generar ventajas competitivas. El pensamiento crítico, hará capaces a estos empleados de ver los problemas de acuerdo a distintos puntos de vista, creando diversidad de soluciones, tal vez más innovadoras, complejas, que ayuden a obtener una rentabilidad superior y al desarrollo sostenible de la empresa. A modo de conclusión, Iglesias Fraga (2017) menciona que un empleado con una gran capacidad de pensamiento crítico, tendrá el potencial de identificar las situaciones que afecten al negocio de una manera más rápida y eficaz que un trabajador convencional, apoyándose principalmente en su habilidad deductiva que le permitirá ver oportunidades donde otro sólo ve obstáculos, es decir se generará un profesional con pensamiento emprendedor, que es muy importante no solo para los negocios, sino para el desarrollo del país.

## **2.5. Estrategias Didácticas**

Las estrategias didácticas, según Carrasco (en Revilla, 2005) son “todos aquellos enfoques y modos de actuar que hacen que el profesor dirija con pericia el aprendizaje de los alumnos”.

*La UNESCO (citada en Feo, 2010) define a la estrategia, en el ámbito educativo, como la combinación y organización del conjunto de métodos y materiales seleccionados para alcanzar objetivos previstos con una intencionalidad definida.*

Huberman (citado en De la Torre, 2000, pág. 111) concibe la estrategia como : “Una serie de principios que sirven de base a las fases específicas de acción que deben permitir una innovación determinada, teniendo en cuenta la realidad del contexto a la que se debe adaptar la acción”.

*En síntesis, podemos definir estrategia como los procedimientos adaptativos organizados secuencialmente para lograr objetivos previstos.*

Por lo tanto, es un proceso mental proyectado sobre la práctica y que en su fase de planificación, presupone el ordenamiento secuencial y lógico de los diferentes elementos personales, formales, técnicos, espacio temporales con una visión de conjunto.

Adicionalmente, Carrasco, José (citado en Revilla, 2005) afirma que las tres estrategias didácticas más importantes son: los métodos, las técnicas y los procedimientos. De acuerdo a William Watson (citado en De La Torre, 2000) las estrategias contrastan con los métodos y técnicas ya que siguen procesos más o menos estandarizados, y éstas son desde un inicio, procedimientos abiertos que se dan al ser aplicadas en la práctica. En adición, M. Skilbeck (en De La Torre, 2000) hace hincapié en que las estrategias responden al contexto, ya que ellas se adaptan según las metas. “Las finalidades son, pues los faros que guían las estrategias”, comenta. Complementando lo anteriormente expuesto, Nérci (1991), sostiene que “el método es el camino para alcanzar los objetivos estipulados en un plan de enseñanza o para alcanzar una meta o fin predeterminado”. En cambio, “la técnica nos indica como recorrer este camino, cómo hacer algo”.

De acuerdo a Sevillano (citada en Revilla, 2005) ya que existen una gran diversidad de estrategias, es recomendable seleccionarlas teniendo en cuenta el área de conocimiento en el que se va aplicar, así como las actividades que se emplearán. “Las estrategias como procedimientos adaptativos que facilitan la consecución de objetivos o propósitos previstos, deben tener como característica ser:

- **Creativas:** Impulsar al cambio incluyendo formas nuevas para mediar y facilitar el logro de aprendizajes significativos y pertinentes.
- **Constructivas:** Facilitar la construcción de aprendizajes.
- **Adaptativas:** Considerar las características del contexto y de los sujetos implicados en el proceso.
- **Implicativas:** Comprometer al estudiante en lo que se proyecta lograr, asegurando su participación activa y responsable.
- **Polivalentes:** Adecuarse a las diferentes situaciones que se puedan presentar y contenidos, considerar la lógica de la disciplina o área y la del que enseña, así como del que aprende.” (De La Torre, 2000, pp. 112 – 115)

Finalmente, Sevillano (citada en Revilla, 2005) manifiesta que para seleccionar una estrategia se deben de considerar ciertas variables:

- La adaptación de un método educativo en relación al objetivo o competencias previstas. La estrategia debe adecuarse a la metodología que se va aplicar y tener en cuenta el objetivo que se desea alcanzar al aplicarla, que aptitudes, habilidades, son las que se quieren fomentar en el estudiante.
- Las habilidades del docente o personas que apliquen la estrategia. Para que la estrategia se pueda aplicar eficaz y eficientemente, quién la emplee debe conocerla y tener la capacidad para utilizar de forma debida.
- Precisar la organización del espacio y del tiempo. Una estrategia es una secuencia organizada de actividades seleccionadas lógicamente, se debe tener en cuenta donde y cuando se van aplicar para organizar las acciones de manera adecuada, con el fin de lograr un aprendizaje significativo.
- Determinar los medios y materiales requeridos. Antes de definir la estrategia que se va emplear, debemos precisar con que contamos para trabajar, que medios y materiales podemos utilizar o elaborar.
- Seleccionar actividades o experiencias de aprendizaje conceptualizadas y significativas. Cuando planifiquemos las actividades, debemos tener en cuenta que sean interesantes y persigan llegar a un objetivo, tengan un significado.
- Establecer la rentabilidad instructiva, lo que significa, medios, fines, costes y resultados.
- Tener en cuenta cómo vamos a organizar a los estudiantes (grupos, pares o individual). Debemos ver el nivel y cantidad de estudiantes con la que contamos para definir como los vamos a ordenar, si aplicaremos estrategias individuales o colaborativas o cooperativas.
- Determinar si la estrategia se adecua a los estudiantes. Seleccionar una estrategia que sea motivadora, que tenga en cuenta la edad, nivel e intereses de nuestros alumnos.

Así mismo debemos tener en cuenta que en su selección se debe de tomar en cuenta los ritmos y estilos de aprendizaje de los alumnos, los estilos de enseñanza del docente y otros factores condicionantes. Es por ello que la selección de las estrategias didáctica, exigen de un análisis profundo y lógico de parte del docente en su rol planificador.

Las estrategias son procesos adaptativos que facilitan el logro de propósitos u objetivos previstos. Son un vehículo entre las intervenciones y resultados; cognitivamente son operaciones mentales facilitadoras de la consecución de otros procesos más complejos. Las estrategias sustituyen a lo que se denominan métodos, técnicas, etc., dando más sentido a la labor docente.

Por otro lado, Sevillano (citada en Revilla, 2005), nos aconseja que para aplicar una estrategia didáctica debemos pensar en que éstas nos permitan:

- Propiciar un clima abierto y la realización de actividades que permitan el descubrimiento o el redescubrimiento de conceptos por parte de los estudiantes.
- Responder a enfoques globalizadores y faciliten la atención individualizadora.
- Propiciar el desarrollo de los procesos cognitivos y la toma de conciencia de los procesos de aprendizaje por parte de los estudiantes a través de la meta cognición.
- Considerar que los niveles de dificultad estén debidamente secuenciados.
- Fomentar la incorporación del uso o del empleo de diferentes medios y materiales que propicien la atención y apoyen la adquisición de aprendizajes significativos, incluyendo fuentes bibliográficas.
- Facilitar interacción e intercomunicación horizontal en un clima de respeto mutuo, sin descuidar el trabajo individual y reflexivo.

### **2.5.1 Importancia de las estrategias en el proceso de enseñanza aprendizaje.**

La importancia de las estrategias didácticas en los procesos de enseñanza radica en que le permiten al docente adecuar las acciones que realizará o realizarán los estudiantes para lograr aprendizajes significativos, considerando diferentes factores como: la organización del espacio, el tiempo, las técnicas, medios, etc. Así mismo, le permite elaborar una secuencia de acciones considerando procedimientos y técnicas para recoger los saberes previos e incorporar nuevos conocimientos a través de informaciones, ilustraciones, experiencias, las cuales deberán permitir que los alumnos activen los diferentes procesos mentales para aprender, es decir que sean ellos quienes construyan sus propios aprendizajes, observando, relacionando, clasificando, analizando, abstrayendo y evaluando.

Se debe reconocer que una buena estrategia de enseñanza permitirá lograr buenos aprendizajes, siempre y que el docente cuente con una adecuada preparación teórica y un buen dominio comunicacional y metodológico. Además, las estrategias debidamente seleccionadas y planificadas evitan la improvisación, por que orientan el actuar del docente de acuerdo a su intencionalidad pedagógica, asegurando el buen uso del tiempo y sobre todo el éxito de la tarea docente.

Es necesario tener en cuenta que aunque una persona sea un buen profesional y domine los conocimientos en su área, difícilmente podrá transmitir éstos si no cuenta con el apoyo de las estrategias didácticas. Este es un problema que generalmente tenemos aquellos que no somos educadores de formación, pero que nos desarrollamos como docentes con el ánimo de compartir nuestra experiencia profesional con los alumnos. Las estrategias didácticas nos ayudan a mejorar el ambiente en el aula y a lograr un aprendizaje significativo en los alumnos. Claro está que para lograr esto, debemos capacitarnos constantemente en lo que respecta al área educativa, para así poder cumplir nuestra meta y lograr que nuestros alumnos aprendan y disfruten este proceso.

#### **2.5.1.1. Componentes que se tienen que tener en cuenta para seleccionar una estrategia.**

De acuerdo a De La Torre (2000) los componentes que tenemos que tener presentes para determinar qué estrategia aplicar son:

- **Base teórica.**- De acuerdo a cuál es la base teórica, se va a definir la estrategia, hacia donde va y se creará una visión global con los diferentes componentes del proceso, la concepción educativa y los aspectos valorativos, que liderarán las acciones y decisiones a tomar.
- **Finalidad.**- En lo que se refiere a los objetivos y a las capacidades a lograr, por ello es importante clarificar la intención antes de decidir y definir las estrategias a seleccionar y aplicar.
- **Secuencia adaptativa.**- En cuanto al orden lógico y psicológico de los elementos y de su temporalización, considerando que los pasos descritos en la planificación pueden variar en su aplicación por diversos condicionamientos personales, profesionales o de contexto. La estrategia no sigue una secuencia lineal, sino que va adaptándose a los requerimientos, ya que en cada etapa se va

observando cómo cala en los estudiantes y se va adecuando para obtener una mayor eficacia y eficiencia.

- **Adaptación a la realidad.**- el contexto es el componente esencial para determinar las estrategias, porque es el referente de partida, de proceso y de llegada. Este es el componente más característico de una estrategia, ya que es difícil aplicar una estrategia a cualquier grupo humano, ya que cada situación es diferente, así como los requerimientos.
- **Los agentes o actores.**- Son las personas implicadas en la estrategia en la determinación de los roles que deberán asumir.
- **La eficacia y funcionalidad.**- considerando los recursos y el predominio de metodológicas indirectas, que se expresen en términos de resultados positivos en el logro de los objetivos y en el desarrollo de las capacidades previstas en la planificación.

### **2.5.2. Estrategias que permiten el desarrollo del pensamiento crítico.**

En el contexto actual de transformaciones, la demanda del desarrollo del pensamiento crítico en los futuros profesionales, requiere aplicar estrategias que incidan en mejorar los distintos elementos del pensamiento crítico, potenciando la creatividad, la capacidad de cuestionar, investigar, inferir, resolver problemas en los estudiantes, mejorando el proceso de aprendizaje enseñanza y preparándolos para su vida profesional.

Las estrategias deben considerar las dos dimensiones internas del pensamiento crítico: la dimensión cognitiva, en cuanto a las habilidades intelectuales de análisis, inferencia, interpretación, explicación, evaluación y autorregulación y la dimensión actitudinal, en relación a las cualidades, motivaciones, posturas de la persona en sí y/o para con los demás.

De lo expuesto anteriormente, podemos concluir que el pensamiento crítico requiere generar condiciones de empoderamiento en los estudiantes, para que sean gestores de su aprendizaje y sean autónomos.

Entre las estrategias didácticas que favorecen al mejoramiento del pensamiento crítico, podemos citar a: los debates, el aprendizaje basado en problemas (ABP), el estudio de casos, el foro virtual, los mapas conceptuales, entre otros. Estas permiten

el trabajo individual y grupal, motivando la comunicación, el debate y la argumentación de ideas respetando la opinión de los demás. Asimismo, facilitan los aprendizajes a través de la solución de problemas, responder y formular preguntas, procesar información, identificar conceptos y estableciendo relaciones para formular conclusiones. Todo ello repercutirá en el desarrollo de esquemas de asimilación, recuperación y aplicación de los contenidos de la disciplina en diferentes contextos.

### **2.5.2.1. El Aprendizaje basado en Problemas (ABP)**

Duch, Bárbara y Groh, Susan (citado en *Speaking of Teaching*, 2001) comentan que las primeras experiencias en la aplicación de esta estrategia se dieron en la Universidad de Delaware (UD) en 1992, revisando algunos programas en el programa de la Escuela de Medicina, conjuntamente con la Escuela de Medicina de Jefferson, Filadelfia, aplicándose inicialmente en el área de las ciencias, e investigación. El objetivo de esta estrategia es de transformar la educación principalmente en los ciclos de pre – grado, brindándoles a los estudiantes una preparación que les permita desenvolverse en el campo laboral de forma eficaz y eficientemente.

El ABP o PBL (Problem Based Learning) es una estrategia didáctica de enseñanza aprendizaje en la que tanto la adquisición de conocimientos como el desarrollo de habilidades y actitudes son importantes. Esta ha cobrado popularidad en los últimos años entre las instituciones de educación superior, tratando de generar un cambio con referencia a la educación tradicional, que normalmente era puramente expositiva y se centraba en el docente. (ITESM, 200).

El ABP es un método didáctico inductivo que está considerado dentro de las estrategias de enseñanza del aprendizaje activo, que se basa en el aprendizaje por descubrimiento y construcción. En este tipo de estrategias, el estudiante es el principal actor, ya que es él quien buscará la información, la seleccionará, organizará e intentará resolver los problemas a los que se enfrenta. Esta estrategia se contrapone totalmente a la estrategia expositiva en la que el actor principal es el docente, pasando éste a ser un facilitador, quién colabora con las necesidades del estudiante durante el proceso de enseñanza aprendizaje haciendo que éste sea más motivador. (Restrepo, 2004).

El ABP no tan solo enfatiza el aprendizaje mediante la realización de tareas, sino que busca mantener un nivel meta cognitivo de conciencia (Gijsselaers, 1996 citado en Stanford University Newsletter, 2001), es decir que los alumnos deben de aprender a reconocer tres cosas principalmente: 1) la información que ya disponen sobre el problema, 2) determinar la información adicional que necesitan conseguir para resolverlo, y 3) definir qué estrategias necesitarán aplicar para llegar a la solución. Al ser capaces de integrar estas tres cosas, los alumnos estarán en camino a ser más eficientes y eficaces para al resolver problemas, y más cerca a auto gestionar su aprendizaje. El profesor será tan sólo un medio, un facilitador para que el alumno logre desarrollar esas aptitudes y habilidades, creando un ambiente en el que se motive la adquisición de conceptos, reflexión y el pensamiento crítico. (Gallagher, 1997 citado en Speaking of Teaching, 2001)

Según Allen, Duch y Groh el trabajo grupal juega un rol importante en la aplicación del ABP, ya que permite que se genere un ambiente agradable y cómodo donde los alumnos intercambiarán nuevas ideas libremente y se plantearán preguntas, desarrollando sus habilidades comunicativas y de interrelación, mejorando sus aptitudes al trabajar una dinámica grupal y asumiendo compromisos y responsabilidades.

Podemos entonces mencionar algunas ventajas del ABP, como estrategia didáctica: (ITESM, 2005)

- Alumnos con mayor motivación, ya que el método genera mayor compromiso y participación del alumno en el proceso de aprendizaje.
- Dirige hacia un aprendizaje significativo, ya que ayuda al alumno a entender por qué y para qué está aprendiendo los conceptos.
- Desarrolla las habilidades de pensamiento crítico y creativo.
- Genera habilidad para el aprendizaje, ya que el alumno durante el proceso aprende que estrategias son las más adecuadas para él.
- Integración de un modelo de trabajo.
- Posibilita mayor retención de la información.
- Permite la integración del conocimiento
- Las habilidades que se desarrollan son perdurables
- Incrementa la autodirección o autogestión.
- Ayuda a mejorar la comprensión y desarrollo de habilidades.
- Desarrolla habilidades interpersonales y de trabajo en equipo

- Incrementa la atención y motivación en los alumnos.

### **2.5.2.1.1. Elaboración de los problemas.**

Chemeng McMaster ( 2000 en Restrepo, 2004) sostiene que en el ABP, el problema es el que dirige el aprendizaje, de tal manera que se debe tener mucho cuidado en su elaboración, ya que este debe motivar al estudiante a profundizar en ciertos temas para poder resolverlo, es decir a investigar. Los problemas simulados deben ser progresivamente abiertos, no estructurados para que el estudiante desarrolle su habilidad de investigación.

Shelton y Smith (1998) (citado en Speaking of Teaching, 2001) mencionan que los problemas abiertos o de “estructura incompleta” son aquellos que tienen múltiples soluciones que influyen para que los alumnos consideren varias alternativas o métodos antes de decidir por una solución. Asimismo, Gallagher (1997) (citado en Speaking of Teaching, 2001) comenta que los problemas de estructura incompleta, ayuda a que se genere una mayor interacción entre los alumnos, mediante debates y los expone a enfrentar situaciones que se podrían dar en su vida profesional, con lo que ellos se podrían sentir más motivados, por la utilidad que ven en ellos y la posibilidad de aplicar su creatividad y flexibilidad al resolverlos.

De lo anterior se puede concluir que es necesario considerar algunas características en los problemas a seleccionar para ser planteados a los estudiantes:

- El problema debe ser motivador y tener vinculación con el contexto para facilitar el compromiso e involucramiento.
- Permitirán la toma de decisiones y la justificación razonada sobre la base de la información utilizada y los aprendizajes logrados.
- Deben ser problemas complejos que permitan un trabajo individual y colaborativo en la búsqueda de las soluciones a través de la investigación.
- Permitir preguntas abiertas en un inicio para descubrir los aprendizajes previos y/o controversiales para impulsar la discusión.
- Debe de existir una correlación con los objetivos del curso.

De acuerdo a Duch y Groh (2004) |Los pasos a seguir para elaborar un problema, en el ABP son:

**Paso 1.-**

- Seleccionar el contenido principal o central de una unidad.
- Formula un problema tipo tarea para ser investigado por los alumnos.
- Plantear los objetivos de aprendizaje que los alumnos deberán cumplir al buscar la solución del problema o caso.

**Paso 2.-**

- Seleccionar un caso o narrar un problema que se pueda adaptar al tema y a los objetivos seleccionados.

**Paso 3.-**

Introducir o plantear el caso problema de modo tal que los alumnos puedan identificar los temas de aprendizaje que han de guiarlos a través de la investigación de los conceptos centrales.

- Se pueden formular preguntas para guiar el proceso.
  - ¿Qué temas de aprendizaje deben ser identificados?
  - ¿Cómo se estructurará el problema o caso?
  - ¿Cuántos periodos de clase se requerirán?
  - ¿Qué fuentes se consultaran?
  - ¿Cuál será el producto final que los alumnos producirán al concluir el caso o problemas?

**Paso 4.-**

- Redactar la guía del profesor, en detalle.

**Paso 5.-**

Determinar las fuentes.

**2.5.2.1.2. Proceso del ABP o Aprendizaje basado en Problemas**

Para aplicar el ABP se deben de seguir los siguientes pasos: (ITESM)

**Etapas Previas a la sesión de trabajo:**

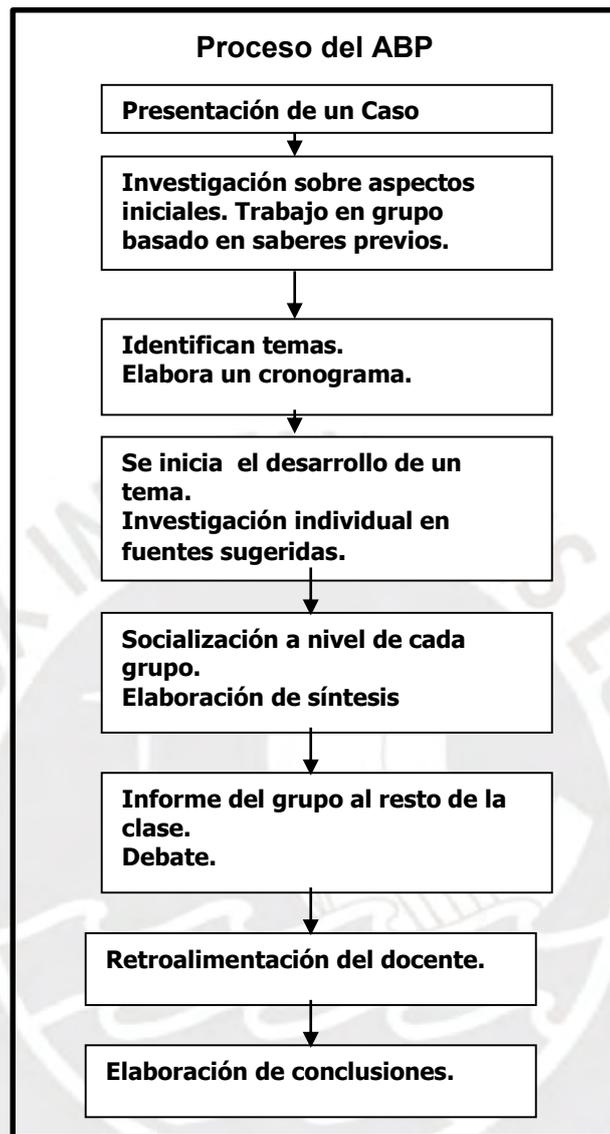
Antes de iniciar la sesión con los alumnos, el docente tiene a su cargo:

- Elaborar o diseñar de los problemas en base al programa del curso, teniendo en cuenta los objetivos que se desean alcanzar dentro del tema seleccionado.
- Investigar y producir el material necesario para la sesión.
- Explicar claramente el proceso del ABP, cuales son las características del trabajo que se va a realizar, definir los roles de los alumnos y del profesor.
- Establecer los equipos de trabajo, tratando que los grupos sean pequeños, preferentemente no más de 4 a 5 alumnos y como máximo 8, dependiendo del problema.
- Determinen los tiempos para cada etapa del proceso.

**Durante la Sesión de Trabajo:**

- Inicialmente se debe de identificar el problema, los puntos clave de éste.
- El equipo de trabajo luego de identificar el problema deberá de iniciar una discusión entre los miembros de cada equipo para ver como dan solución al o los problemas planteados.
- El profesor actuará como un facilitador, guiando, evaluando el proceso de aprendizaje de los alumnos.
- Al final de la sesión se da un tiempo para que los alumnos intercambien ideas para redondear los temas o dejar algunas preguntas para discutir las en la próxima sesión.

A continuación en el cuadro No. 1, se presenta la secuencia del proceso de aprendizaje basado en problemas:



**Cuadro No. 1 – Adaptación – Fuente: ITESM, 2005**

### **2.5.2.2. El Estudio de Casos**

El estudio de casos es una estrategia dentro del aprendizaje activo por excelencia, que promueve los aprendizajes significativos y trascendentes a partir de una situación concreta o problemática para la interpretación de hechos, elaboración de conclusiones o formulación de toma de decisiones o sugerencias a través de un análisis reflexivo.

Esta estrategia ayuda la docente a desarrollar destrezas de análisis crítico y de una conciencia más sensible del contexto, así mismo provoca una práctica reflexiva y una acción deliberativa de los estudiantes. (ITESM, 2005)

Por otro lado, permite que los alumnos aporten conocimientos, experiencias previas, sus creencias y valores personales a través de un trabajo colaborativo en grupo.

*“En síntesis el estudio de casos es una estrategia metodológica activa y participativa que permite a los estudiantes construir conocimientos, formar actitudes y desarrollar destrezas a través del análisis de situaciones problemáticas de la vida real proporcionadas por los docentes de acuerdo a los objetivos previstos”.* (Flores, 2004)

Asimismo, el estudio de casos hace posible que los alumnos vean la aplicabilidad de la teoría, en un principio vista como algo abstracto, en la realidad. Conjuntamente al desarrollar su habilidad de análisis crítico y reflexivo, motiva su creatividad e innovación.

#### **2.5.2.2.1. Modelos metodológicos del Estudio de Casos**

Dentro del enfoque del estudio de casos como estrategia didáctica y dependiendo de los propósitos metodológicos, Martínez y Musitu (1995) (citados en ITESM, 2005) sostienen que existen tres modelos:

- A. **Modelo Centrado en el Análisis de Casos.**- Casos que han sido estudiados y solucionados por equipos de especialistas (profesores).  
Su objetivo específico es que los participantes se ejerciten en el análisis, identificación y descripción de los puntos clave constitutivos de una situación dada y tengan posibilidad de debatir, reflexionar en equipo, las perspectivas con que pueden abordarse un determinado hecho o situación. Finalmente pretende la reflexión y estudio de temas teórico prácticos que se derivan de la situación estudiada.
- B. **Modelo que pretende enseñar a aplicar principios y normas legales establecidas.**- Busca desarrollar un pensamiento deductivo a través de la atención a la norma.

C. **Modelo centrado en buscar el entrenamiento en la resolución de situaciones.**- Requieren de un marco teórico y la aplicación de sus prescripciones prácticas a la resolución de determinados problemas, exigen que se atienda la singularidad y complejidad de contextos específicos. El docente requiere estar abierto a diversas soluciones.

Este último modelo tiene diversos subtipos establecidos en función de la finalidad didáctica que se presenta en cada situación específica y son:

- a. **Caso centrado en el estudio de descripciones.**- No le interesa plantear soluciones.
- b. **Caso de resolución de problemas.**- Requiere de la toma de decisiones para solucionar los problemas.
- c. **Caso centrado en la simulación.**- Requiere el estudio del relato, análisis de variables, identifiquen el problema y propongan soluciones imparciales.

#### 2.5.2.2.1. Características de un caso

Según Mucchielli (1970) (citado en ITESM, 2005) los casos presentados a través de narraciones, específicamente deben cumplir ciertas condiciones, como son:

- a. **Autenticidad.**- Ser un situación concreta, basada en la realidad.
- b. **Urgencia de la situación.**- Ser un situación problemática que provoque un diagnóstico o una toma de decisión.
- c. **Orientación Pedagógica.**- Ser una situación que proporcione información en un dominio del conocimiento en la acción.
- d. **Totalidad.**- Ser una situación que incluya toda la información necesaria y todos los hechos disponibles.

Boehrer y Linsky (citados en Speaking of Teaching, 1994) afirman “un buen caso presenta un asunto que genera interés y produce una empatía con los personajes centrales. El caso en cuestión delinea tan bien sus perspectivas individuales y circunstancias personales que permite a los alumnos entender la experiencia que los personajes tienen con respecto a cierto asunto específico. La importancia de los

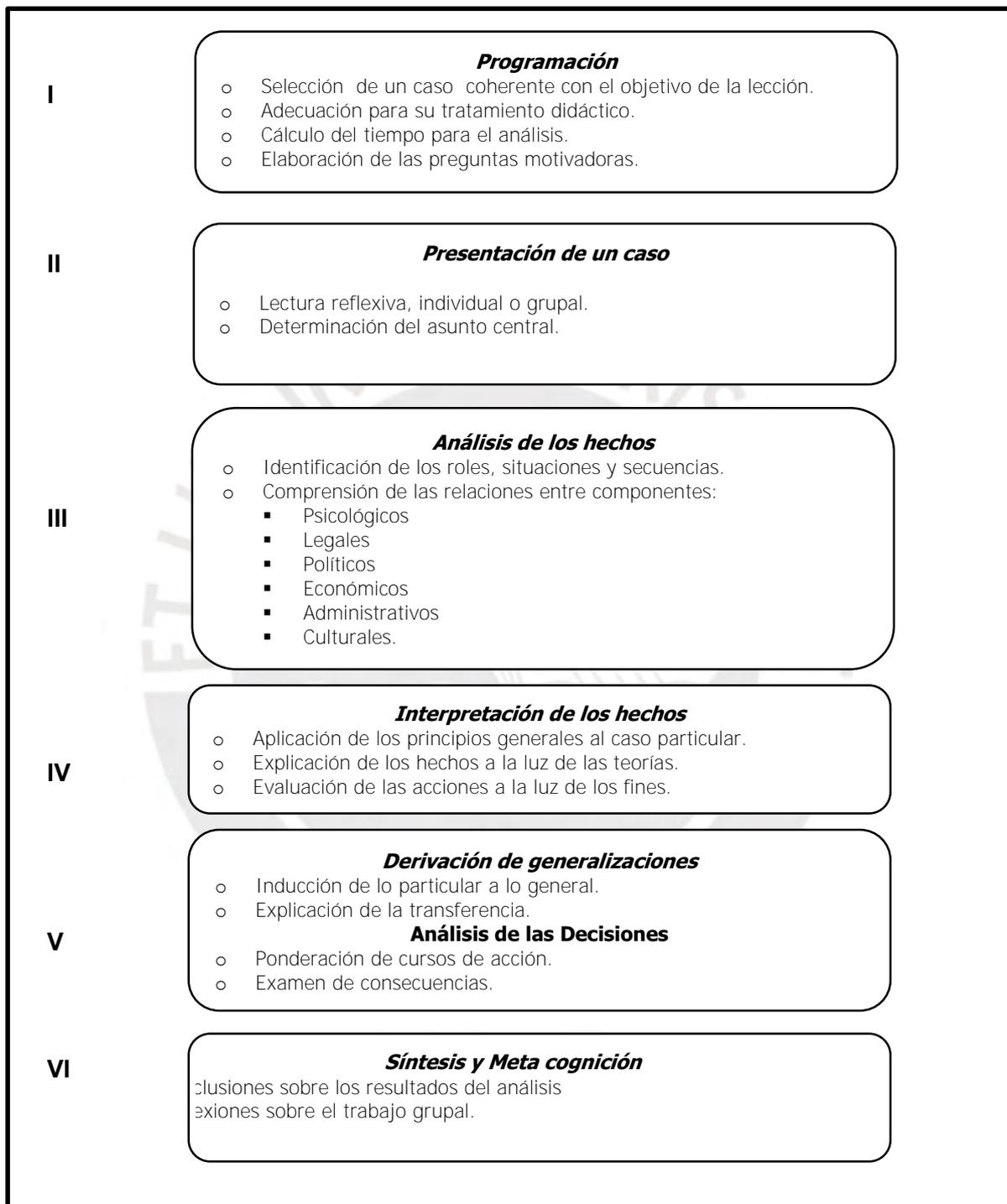
factores de estímulo y empatía que transmiten los personajes refleja que los casos vinculan la dinámica organizacional/situacional con la percepción, el juicio y la acción individual por el otro”

La aplicación del Estudio de Casos, en el proceso de enseñanza aprendizaje, nos permitirá desarrollar algunas aptitudes y habilidades en los alumnos, como son: (ITESM, 2005)

- Desarrollar las habilidades cognitivas como: pensamiento crítico, análisis, síntesis, evaluación.
- Mejorar sus habilidades de relaciones humanas, como: trabajar en grupo, la actitud de cooperación, intercambio y flexibilidad.
- Incrementa la motivación por el aprendizaje, ya que éste deja de ser un proceso pasivo, aprendizaje de sólo conceptos, y se convierte en una aprendizaje activo.
- Incrementa su capacidad para tomar decisiones.
- Perfecciona sus habilidades comunicativas, tanto oral, como escrita.
- Promueve la creatividad, no sólo para obtener una solución al problema presentado, sino durante todo el proceso.
- Incentiva a la autogestión en el aprendizaje, dado que reconoce la importancia de lo aprendido y su aplicación.
- Permiten hacer conexiones entre las distintas disciplinas que en un principio parecen estar totalmente separadas. (Standford University Newsletter,1994)

### 2.5.2.2.2. Ciclo y secuencia de la aplicación de la estrategia

Los Pasos, que se siguen para la aplicación de la estrategia Método de Casos son:



Cuadro No. 2 - Fuente: Flores Barbosa, 2004, pp. 66.

Alonso López (1997) (citado en ITESM, 2005) afirma que mediante el uso de la estrategia didáctica del estudio de casos, los estudiantes pueden desarrollar:

- Habilidades cognitivas como pensamiento crítico, análisis, síntesis, evaluación.
- Aprendizaje de conceptos y aplicación de aquellos aprendidos previamente, tanto de manera sistemática como por la experiencia propia.
- La habilidad para trabajar en grupo y la interacción con otros estudiantes, así como la actitud de cooperación, el intercambio y la flexibilidad, lo cual constituye una preparación eficaz para las relaciones humanas. Se desarrollan las habilidades interpersonales de los alumnos.
- El acercamiento con la realidad, la comprensión de fenómenos y hechos sociales, familiarizarse con las necesidades del entorno y sensibilizarse ante la diversidad de contextos y diferencias personales, el mejoramiento en las actitudes para afrontar problemas humanos.
- El desbloqueo de actitudes inseguras o temerosas.
- El desarrollo del sentimiento de “nosotros”, la conciencia de trabajo en grupo, como un equipo.
- La disposición a escucha comprensiva. Aprender a escuchar es tal vez la aptitud más importante y la más difícil de adquirir.
- El entrenamiento dinámico de la auto expresión, la comunicación, la aceptación, la reflexión y la integración.
- La motivación por el aprendizaje, ya que los alumnos por lo general encuentran esta estrategia más interesante que las lecciones magistrales y la lectura de libros de texto.
- Motiva al desarrollo de su creatividad e innovación.
- Los procesos de toma de decisiones, que es el objetivo principal en los cursos de negocios.

### **2.5.2.3. La exposición**

La exposición es una técnica de amplia aplicación en el sistema universitario, que consiste en la presentación de un tema lógicamente estructurado, donde el recurso principal es el lenguaje oral, aunque también puede ser el escrito (ITESM, 2005).

La exposición induce a que el estudiante tome una posición pasiva en el proceso de aprendizaje enseñanza, incluso los mejores estudiantes. En ella los estudiantes son

motivados a tomar notas de forma apresurada, con poco tiempo para reflexionar sobre los conceptos transcritos y mucho menos para cuestionarla. La exposición es muy efectiva cuando se tiene que transmitir gran cantidad de conceptos o al demostrar un proceso analítico (Speaking of Teaching, 1993).

Johnson y Johnson (1999) (citado en MAGIS –PUCP, 2006) afirma que la exposición no está prohibida dentro del aprendizaje colaborativo, ya que sigue siendo un recurso útil para presentar la información que hay veces no está disponible en otra parte y que ahorra tiempo al alumno en la búsqueda de éste. Así también es una forma de motivar el interés del alumno sobre un tema. Si los profesores tienen que emplear la exposición, deberán de buscar una manera de asegurar el entendimiento de los conceptos por los alumnos, al mismo tiempo que reconozcan la importancia y relación de éstos. Es decir, debe de encontrar la manera de involucrar a los alumnos, ya sea por períodos breves, expresándose oralmente o por escrito acerca de los conceptos vertidos (Speaking of Teaching, 1993).

En la actualidad, la exposición se emplea como técnica didáctica, pero inmersa dentro del aprendizaje activo, estimulando la participación del alumno por lo que requiere que el docente aplique otros recursos didácticos, se prepare adecuadamente sobre el tema a tratar y que posea la capacidad de expresarse, para captar la atención de los alumnos.

La aplicación de esta técnica requiere tener en cuenta habilidades comunicativas, tales como:

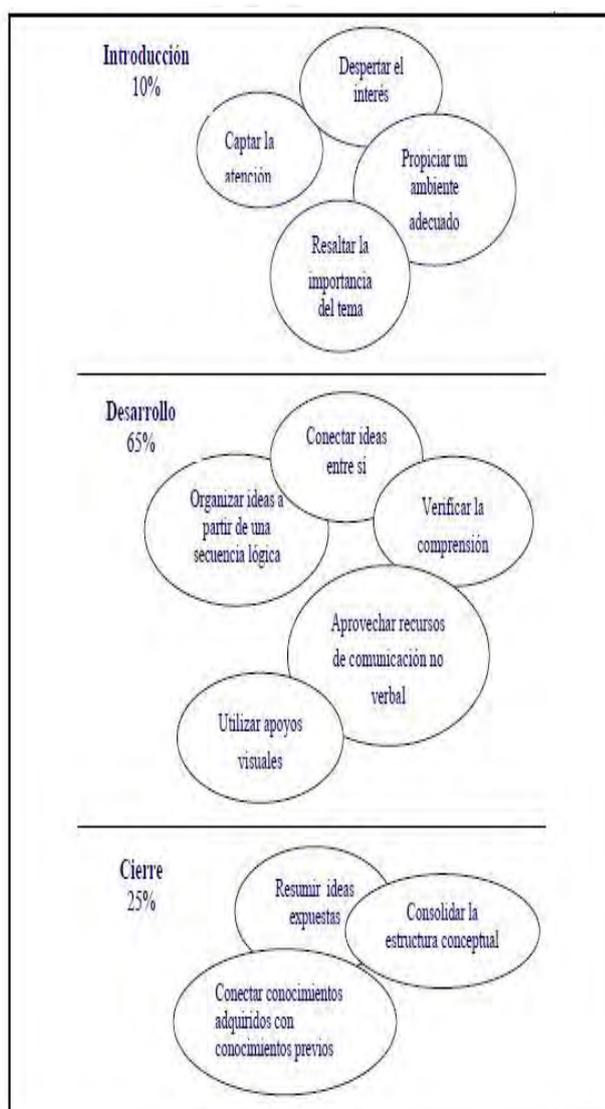
- Variación en la voz, adecuando el volumen y la velocidad al tamaño del grupo y las características físicas del contexto.
- Apoyar lo que se dice verbalmente con gestos y movimientos corporales que sean congruentes y enfatizan la información proporcionada.
- La utilización de apoyos visuales que faciliten la comunicación entre el profesor y el alumno. Estos pueden ser:
  - Escritos: libros, textos, fotocopias, notas de clase.
  - Escritos visuales: transparencias, diapositivas.
  - Audio visual: video.
  - Computacionales : software (programas computacionales)

Nérici (1991) afirma que una exposición debe de considerar las siguientes etapas:

- Presentación del tema.
- Desarrollo en partes lógicas.
- Síntesis de lo expuesto.
- Inferencia de las conclusiones o formulación de críticas.

En cambio, el Instituto Tecnológico y de Estudios Superiores de Monterrey (ITESM) opina que se deben considerar tres fases, lo que se muestra en el cuadro No. 5, donde se aprecia lo que se debe de tener en cuenta en estas tres etapas, que son:

- Introducción
- Desarrollo y
- Cierre



**Cuadro No. 5: Fases que comprende la exposición de un tema. (Fuente: ITESM, 2005)**

En la primera fase, se trata de captar la atención del alumno, al mismo tiempo que se crea un ambiente adecuado y se enfatiza en la importancia del tema, para lo cual se debe de utilizar más o menos un 10% del tiempo de la exposición. Algunos expositores pueden iniciar la clase motivando a sus estudiantes a realizar una lluvia de ideas sobre un problema, tema de actualidad, tema de lo anteriormente expuesto o alguna lectura asignada. Luego al desarrollar el tema, se exponen los contenidos o ideas de manera gradual, manteniendo un orden lógico y utilizando otras estrategias didácticas que permitan la interacción activa del alumno y verificar la comprensión del tema. Por ejemplo, se podrían realizar preguntas intercaladas, para que los alumnos reflexionen sobre el tema o confirmen lo que han anotado. A esta fase, se le otorga un mayor tiempo, que se aconseje oscile entre el 65% de la sesión. Finalmente, se debe de finalizar el tema, resumiendo las ideas expuestas, conectando los conceptos recién adquiridos con otros aprendidos en la sesión anterior u otros saberes previos, para que el estudiante aprecie la relación que existe entre los temas que se han venido dictando y los concadene. (Speaking of Teaching, 1993).

La aplicación de la exposición, posibilita el desarrollo de habilidades comunicativas principalmente. Adicionalmente, ésta podría ayudar a incrementar el pensamiento crítico en la medida en que se motive a los alumnos a debatir, enjuiciar y valorar la información presentada. De esta manera el alumno emplearía procesos cognitivos, como analizar, sintetizar, evaluar, resolver problemas, tomar decisiones, siempre y cuando el docente no sólo utilice la exposición pasiva, sino se apoye en otras estrategias didácticas que le permitan producir un ambiente más activo dentro del aula y en el proceso de enseñanza aprendizaje.

#### **2.5.2.4.- El Foro Virtual**

La universidad debe brindar a los estudiantes una educación para las exigencias del presente y para los próximos por los menos 30 a 50 años de su vida. Las capacidades de análisis, inferencia, explicación, interpretación, sustentadas en la autorregulación, actitud investigadora, flexibilidad, honestidad son rasgos de un profesional capaz de enfrentar los desafíos de la sociedad moderna. Esto obliga al docente universitario a enfocar la enseñanza aprendizaje en el desarrollo del pensamiento crítico, para lo cual debe de redefinir los roles de los actores, seleccionar métodos y medios

adecuados, incorporando las tecnologías de la información y de la comunicación, TIC.

Markel (2001) y Arango (2003) ( citados en Castro, 2016) indican que los foros virtuales son excelentes estrategias para el desarrollo del pensamiento crítico, debido a que involucran aspectos cognitivos y socio afectivos, como seguir la secuencia en los diálogos, pensar y entender las intervenciones , confeccionar mensajes para impulsar los diálogos, respetar la autonomía de los participantes. Johansen (1998) (citado en Federov, 2006) indica que el foro virtual constituye una herramienta tecnológica que, a través de una metodología adecuada propicia la creación de ambientes que estimulan el aprendizaje y el pensamiento crítico a través de la negociación y la construcción del conocimiento.

Wilkins,B (2002) (citada en Federov, 2006) de la Brigham Young University de los Estados Unidos, en su estudio: “Facilitating Online Learning” afirma como ventajas de los foros virtuales las siguientes:

- Flexible.- Porque los estudiantes pueden leer y colocar sus aportes independientemente del horario presencial del curso.
- Permite que los estudiantes formulen los pensamientos más profundos. Los diálogos son totalmente escritos, con el tiempo suficiente para pensar, permitiendo mejorar sus habilidades de comunicación escrita.
- Facilita la participación y se adapta para las personas introvertidas.
- Facilita el aprendizaje a través de la solución de problemas en forma grupal.
- Permite generar un registro o transcripción completa de la discusión, lo que da a los usuarios la oportunidad de manipular, almacenar, recuperar, imprimir, corregir.

Como desventajas se pueden mencionar:

- Los participantes pueden sentirse aislados, si no reciben respuesta a sus ideas o comentarios.
- Hay una pérdida de comunicación no verbal, como expresiones, voz, gestos faciales.
- Es más difícil saber cuándo se ha agotado la conversación y moverse a un nuevo tema.
- Inicialmente, el seguimiento y animación del foro requiere mucho tiempo del profesor.

- Es fácil llegar a tener una sobrecarga de información, ya que los estudiantes deben de leer la discusión en línea, además del material de lectura del curso.
- Un foro por sí solo no constituye un ambiente virtual propicio y suficiente para el aprendizaje. Arango (2003, en Castro, N, 2016), el foro virtual debe de ser aplicado dentro de un modelo pedagógico con reglas claras.

### 2.5.2.5. Mapas Conceptuales

Los mapas conceptuales han sido ideados por Joseph D. Novak para poner en práctica el modelo de aprendizaje significativo de Ausubel. Se consideran como instrumento, recurso, técnica, método o como estrategia de aprendizaje.

La función de los mapas conceptuales es ayudar a la comprensión de los conocimientos que se tiene que aprender y a relacionarlos entre sí o con otros que ya se posee. Como técnica o método ayudan a clarificar los conceptos claves y relevantes que deben aprenderse y sirven de apoyo para establecer relaciones con otros conocimientos nuevos.

“Los mapas conceptuales constituyen un método para mostrar tanto al docente como al alumno, que ha tenido lugar una auténtica reorganización cognitiva”, afirma Novak. (Ministerio de Educación del Perú, 2001)

Los mapas conceptuales están dentro de las estrategias que pretenden organizar los nuevos conocimientos, apoyándose en el criterio de la jerarquización, estableciendo una especie de “pirámide de conceptos”, en la que los más abstractos o generales se ubican en la parte superior. Esta estrategia implica el ejercicio del pensamiento reflexivo y la toma de decisiones sobre el tipo de relación que se establece entre la nueva información y las propias ideas, fomentando la creatividad y el pensamiento crítico.

Los mapas conceptuales están constituidos por:



- **Conceptos:** Que incluyen fechas, objetos, cualidades que manifiestan una regularidad y se ubican dentro de una elipse.
- **Palabras Clave:** Son las que unen dos conceptos y se escriben sobre o junto a la línea que unen los conceptos y pueden ser verbos, conjunciones, adverbios, es decir las palabras que no son conceptos.
- **Proposición:** Es una frase que consta de dos o más conceptos unidos por palabras de enlace.

Los mapas conceptuales se elaboran colocando los conceptos generales o inclusores en la parte superior y los conceptos más concretos o específicos en la parte inferior. Se pueden utilizar los mapas conceptuales en cuatro posibles momentos; para comprobar o rescatar los conocimientos previos a través de mapas individuales o consensuados, como una actividad durante el desarrollo de clase, como síntesis final y para evaluar.

#### **2.5.2.6.- Debate**

El debate se entiende cómo conversaciones organizadas sobre un tema controvertido y con un discurso argumentativo. El origen del debate puede ser real o preparado. Este se lleva a cabo cuando se presentan posiciones contrarias alrededor de un tema, debiendo cada uno o grupo defender sus puntos de vista, es una competición intelectual, un ejercicio de libertad y de tolerancia, ya que se da el derecho de opinar y el deber de respetar la posición de los opositores con lógica, reflexión y argumentación. (Nérci, 1991)

Se hace necesario:

- Formalizar los turnos para hablar.
- Asumir roles de representante expositor, moderador y secretario.
- Dejar tiempo y documentación para preparar las intervenciones.
- Al finalizar el debate, el moderador debe estructurar una síntesis y el profesor comentar y evaluar lo realizado.

#### **2.5.2.7. Guías de aprendizaje**

Son instrumentos elaborados por el docente con la finalidad de facilitar a los estudiantes a construir aprendizajes significativos relacionados a un tema previsto,

reconstruirlos o afianzarlos. Asimismo permiten desarrollar las capacidades de análisis, síntesis, su interés, autonomía y responsabilidad.

Las guías permiten un trabajo interactivo con el alumno para que participe en la elaboración de conocimientos relacionados al tema seleccionado, lo que hace que el docente asuma el rol de orientador y mediador del aprendizaje del estudiante.

Las guías constituyen orientaciones específicas para la conducción del proceso enseñanza de un tema e incluyen las siguientes partes:

- Introducción.- se hace la presentación de los objetivos, su importancia y el tiempo de realización.
- Secuencia de instrucciones para el desarrollo de actividades que realizará el alumno. Por ejemplo, Leer el material, elaborar esquemas, etc. Se debe considerar que en esta parte el alumno adquirirá conocimientos previstos aplicando diferentes estrategias.
- Cierre.- elaboración de conclusiones.
- Bibliografía
- Autoevaluación.

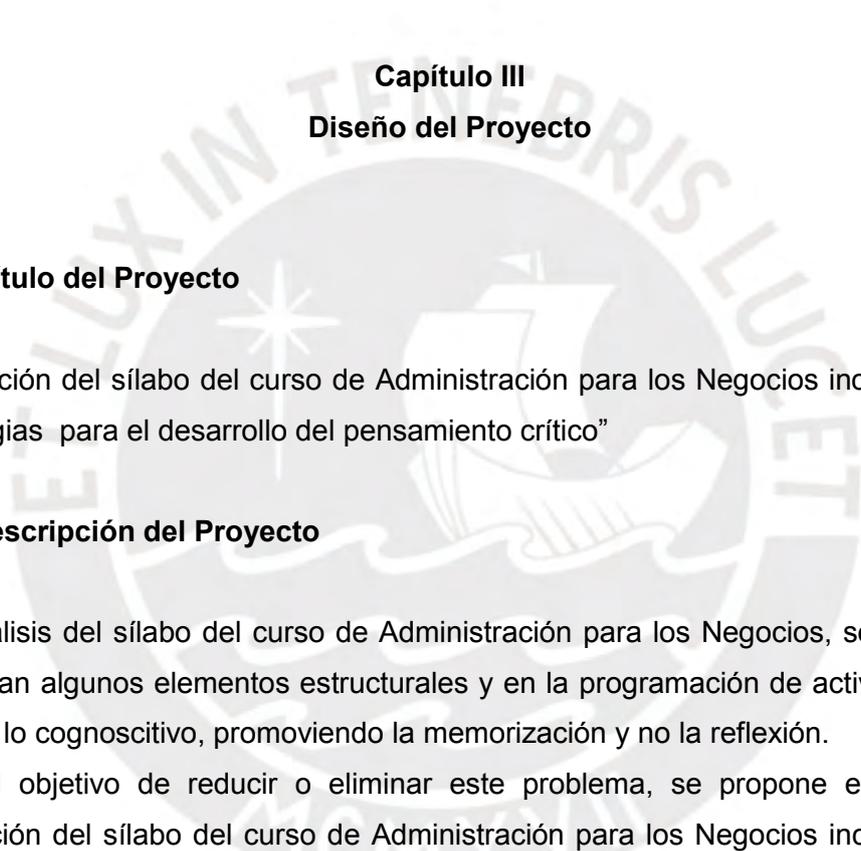
### **2.5.3 .Beneficios de las estrategias para el desarrollo del pensamiento crítico**

Las estrategias mencionadas en el presente trabajo, motivarán el mejoramiento del pensamiento crítico, de la siguiente manera:

- El ABP, permitirá que los estudiantes desarrollen su capacidad de análisis, comparación para discriminar aspectos positivos y negativos de un hecho o situación observada, para determinar, analizar problemas para luego proponer alternativas de solución adecuadas. Esta estrategia incluye el pensamiento crítico en el proceso de enseñanza aprendizaje, ya que busca que el estudiante comprenda y profundice los problemas planteados que se utilizan para aprender desde una perspectiva integral, buscando conexiones entre lo teórico y lo práctico en un contexto real. Así mismo, permite perfeccionar su habilidad para tomar decisiones o emitir juicios basados en hechos por medio del análisis lógico de la información, llegando a ser más asertivos.
- El Estudio de Casos, posibilita la reflexión y el desarrollo de habilidades comunicativas al realizar un trabajo colaborativo que implica socializar,

atender, comprender y respetar las opiniones ajenas. Adicionalmente, obliga a la aplicación de los conocimientos teóricos, relacionados con una situación hipotética, potenciando la indagación.

- Los mapas conceptuales, facilitan la representación de relaciones que se originan entre los conceptos, especialmente al procesar información, yendo de lo general a lo particular. De la misma forma, hace posible identificar los conceptos principales y establecer jerarquías e interrelaciones que estimulan los procesos de análisis, síntesis y evaluación para el pensamiento crítico. Adicionalmente, favorece el almacenamiento y la recuperación de datos en la memoria.
- El foro virtual, es una estrategia que potencia el desarrollo del pensamiento crítico, porque involucra aspectos cognitivos y socio afectivos al tratar de seguir el hilo de un diálogo o debate, pensar y entender las intervenciones de los pares, crear mensajes siguiendo las indicaciones, respetando al interlocutor. Entre otras ventajas de esta estrategia, se puede mencionar la participación de todos, la flexibilidad del lugar y de tiempo, facilitando el aprendizaje a través de la solución de problemas en forma grupal, logrando mejoras en las habilidades de comunicación escrita, fomentando la capacidad de argumentación y reflexión de los participantes. Por otro lado, ayuda a mejorar los aspectos cognitivos, metacognitivos y comunicativos del pensamiento crítico en los estudiantes, promoviendo la confrontación de ideas, desarrollando la capacidad de reflexión, estimulando la habilidad de generar opiniones y el respeto hacia las ideas u opiniones de otros, generando estudiantes más asertivos.



### **Capítulo III**

#### **Diseño del Proyecto**

##### **3.1.- Título del Proyecto**

“Innovación del sílabo del curso de Administración para los Negocios incorporando estrategias para el desarrollo del pensamiento crítico”

##### **3.2.- Descripción del Proyecto**

Del análisis del sílabo del curso de Administración para los Negocios, se concluye que faltan algunos elementos estructurales y en la programación de actividades se prioriza lo cognoscitivo, promoviendo la memorización y no la reflexión.

Con el objetivo de reducir o eliminar este problema, se propone el Proyecto Innovación del sílabo del curso de Administración para los Negocios incorporando estrategias para el desarrollo del pensamiento crítico” para los alumnos de la Facultad de Administración de una universidad privada en la ciudad de Lima. Este proyecto beneficiará a aproximadamente 720 alumnos, los cuales pertenecen del 1er ciclo al 5to ciclo dependiendo de la malla curricular de cada carrera, ya que el curso de Administración para los Negocios es formativo para múltiples carreras, con una carga horaria de 10 horas, de las cuales 4 son presenciales y 6 de aprendizaje autónomo. Asimismo, este es dictado por más o menos 15 docentes.

El proyecto de innovación que se presenta contiene:

- El sílabo reestructurado en el cual se incorporan estrategias para el desarrollo del pensamiento crítico como:
  - Los mapas conceptuales, porque permitirán a través del análisis, inferir los conceptos e ideas principales y secundarias estableciendo relaciones de jerarquía; que facilitarán la comprensión de las diferentes lecturas de estudio y ayudarán a abordar los casos de estudio sobre empresas (método de estudio de casos) planteados durante el desarrollo del curso, mejorando su capacidad de síntesis y reflexión para la toma de decisiones. Esta estrategia será aplicada de diferente forma en los tres momentos (contextualización, contenido y cierre) de clase, presentando esquemas de mapas conceptuales incompletos, realización con orientación del docente o como parte del desarrollo de las guías de aprendizaje
  - Las guías de aprendizaje, facilitarán la construcción de aprendizajes significativos relacionados a un tema previsto, afianzándolo o reconstruyéndolo mediante el desarrollo de actividades secuenciales dirigidas por la docente, como: investigación bibliográfica, preguntas abiertas, elaborar e interpretar mapas conceptuales, utilización del foro virtual, entre otras. Las guías de aprendizaje ayudarán a incrementar la habilidad de análisis, síntesis, el interés, la autonomía y la responsabilidad. Asimismo, permitirá al alumno disponer de su horario de aprendizaje autónomo.
  - La estrategia del ABP, Aprendizaje basado en problemas, motivará la adquisición de conocimientos, el desarrollo de habilidades y actitudes de los estudiantes, por ser ellos los principales actores y responsables de seleccionar la información relevante. donde el estudiante es el principal actor, quien buscará, seleccionará y argumentará la información relevante. En esta estrategia el docente actuará como facilitador a través de una guía o foro virtual.

Este proyecto espera mejorar la intercomunicación e interacción entre los docentes responsables del dictado del curso, quienes aportarán sus experiencias para asegurar el logro de los objetivos propuestos, optimizando la calidad de los procesos de enseñanza aprendizaje y elevando el porcentaje de aprobación de los alumnos.

### **3. 3.- Objetivos del proyecto de innovación**

#### **3.3.1.- Objetivo General**

Innovar el sílabo del curso de Administración para los Negocios, incorporando estrategias para el desarrollo del pensamiento crítico de los alumnos de una universidad particular en el departamento de Lima.

#### **3.3.2.- Objetivos específicos**

- Incorporar estrategias para el desarrollar el pensamiento crítico de los alumnos en el curso de Administración para los Negocios.
- Analizar la formulación y aplicación de estrategias de intervención didáctica que permitan desarrollar las capacidades de comprensión lectora, análisis y argumentación de los alumnos del curso de Administración para los Negocios.

### **3.4.- Presentación de la Propuesta**

#### **3.4.1.- Innovación del Sílabo**

#### **SÍLABO**

##### **I.- DATOS DEL CURSO**

Nombre del Curso : Administración para los Negocios  
Código : FG ADM ADMNEG  
Nombre del Profesor : María Angela García Blásquez Begazo  
Modalidad : Presencial  
Semestre : 2016-I  
Ciclo : 5  
Horas semanales : 10

Aprendizaje Presencial 04

Aprendizaje Autónomo 06

Créditos 04

Pre-Requisitos

Horario

## **II.- SUMILLA**

El curso de “Administración para los Negocios” es de naturaleza teórico aplicativo, para los ciclos formativos del alumno. El contenido del curso incluye temas relacionados a los conceptos fundamentales de los negocios, como funcionan, de qué manera se organizan, quiénes lo administran y sus implicancias con el entorno. Pone énfasis en la herramienta del plan de negocios para evaluar una idea de oportunidad de negocio. Asimismo, desarrolla habilidades de liderazgo y de mentalidad emprendedora con valores y responsabilidad social.

## **III.- FUNDAMENTACIÓN**

El propósito del curso es fomentar la actitud de emprendimiento, mediante el desarrollo de capacidades que le permitan identificar, analizar y evaluar oportunidades de negocio, así como conocer y aplicar las herramientas de gestión, que les ayudarán a realizar un proceso de toma de decisiones de manera eficaz y eficiente para alcanzar las metas organizacionales, teniendo siempre en cuenta un actuar ético y de responsabilidad social.

## **IV.- PERFIL DEL EGRESADO Y RESULTADOS DEL APRENDIZAJE**

Para este curso se ha seleccionado la competencia I de la malla curricular.

### **Competencia General**

Elabora un plan de negocios teniendo en cuenta las herramientas de gestión, aplicando su habilidad para tomar decisiones eficaces y eficientes, así como el manejo de las relaciones interpersonales.

ÁREA	BASES PARA EL APRENDIZAJE	
COMPETENCIA ESPECIFICA I	DESEMPEÑO	RESULTADOS DE APRENDIZAJE
<p>Determina e interpreta el concepto de idea de negocio y su importancia para la elaboración de un plan de negocios, enfatizando la relevancia de cada uno de los planes en su estructura.</p>	<p>Identifica una idea de negocio para su plan de negocios, aplicando el Lean Canvas.</p> <p>Reconoce la importancia e influencia de los factores micro y macro ambientales del entorno de una empresa</p> <p>Discrimina en su contexto, la aplicación de las herramientas básicas de comercialización, esbozando el plan de mercadotecnia.</p> <p>Investiga sobre los requerimientos para crear el plan técnico o de operaciones para su negocio.</p> <p>Analiza los costos y requerimientos financieros para iniciar su negocio.</p>	<p>Selecciona y evalúa una idea de negocio creativa, con sentido social, aplicando las herramientas de análisis para una start-up</p> <p>Analiza y argumenta la influencia del entorno interno y externo para su idea de negocio y posterior toma de decisiones.</p> <p>Desarrolla un plan de comercialización para una idea de negocio.</p> <p>Elabora el plan de operaciones para su negocio, considerando sus componentes.</p> <p>Crea el flujo de caja para su negocio, considerando la inversión, egresos para la operación y financiamiento.</p>

<b>COMPETENCIA ESPECIFICA II</b>	<b>DESEMPEÑO</b>	<b>RESULTADOS DE APRENDIZAJE</b>
Identifica y aplica las herramientas de gestión requeridas para administrar un negocio.	Discrimina, compara y determina las etapas del proceso administrativo o herramientas de gestión, para adaptarlas a su negocio.	Aplica con eficacia las herramientas de gestión en su negocio.
<b>COMPETENCIA ESPECIFICA III</b>	<b>DESEMPEÑO</b>	<b>RESULTADOS DE APRENDIZAJE</b>
Desarrolla habilidades para la toma de decisiones, para la resolución de problemas en la administración de su negocio, así como sus habilidades interpersonales.	Reconoce la importancia del manejo de personal para lograr soluciones creativas, eficientes y eficaces.	Asume la importancia de la toma de decisiones y las relaciones interpersonales en el manejo de un negocio.

## V.- CONTENIDOS

<b>CONCEPTUALES</b>	<b>PROCEDIMENTALES</b>	<b>ACTITUDINALES</b>
<u><b>Idea de Negocio</b></u> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Concepto – Etapas y factores para determinar la idea de negocio.</li> <li>• Modelo Canvas, para definir la idea de Negocio.</li> </ul>	Identifica y evalúa diferentes ideas de negocio, respondiendo a necesidades de su entorno. Define la idea de negocio a realizar en base al Modelo Canvas. Elabora el Avance I.	Debate de manera grupal para definir su idea de negocio. Relaciona ideas de negocios con su contexto Reafirma la idea de negocio, aplicando el Modelo Canvas.
<u><b>Plan de Negocio:</b></u> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Concepto e importancia.</li> <li>• Usuario externos – internos</li> </ul>	Analiza la estructura del Plan de Negocios y su proceso de elaboración.	Valora la importancia del emprendedor y sus características para generar un plan de negocios.

<ul style="list-style-type: none"> <li>• Estructura general del Plan de Negocios</li> <li>• Concepto y Características del Emprendedor.</li> <li>• Proceso de Emprendimiento</li> </ul>	<p>Explica el rol de los usuarios externos e internos de un plan de negocios.</p> <p>Reconoce e identifica casos de emprendimiento a nivel local e internacional.</p> <p>Distingue las etapas y características de un emprendedor en un estudio de casos.</p>	<p>Disposición para la lectura y el análisis crítico individual y grupal.</p>
<p><b><u>Proceso Administrativo</u></b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Concepto de Administrar, Proceso Administrativo y sus etapas.</li> <li>• Importancia del Proceso Administrativo.</li> <li>• Jerarquía de Administradores en una organización.</li> <li>• Características de un administrador.</li> </ul>	<p>Infiere y ejemplifica los conceptos e importancia de Administrar y el Proceso Administrativo en un video.</p> <p>Discrimina las características y habilidades de los administradores en cada nivel y establece la jerarquía de ellos en una empresa.</p>	<p>Reconoce la existencia de las etapas del proceso administrativo tanto en una empresa como en su vida diaria.</p>
<p><b><u>Plan de Negocios</u></b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Definición de competencia</li> <li>• Clasificación e Importancia de los competidores: directos e indirectos.</li> </ul>	<p>Responde a interrogantes en base a un video sobre el tema.</p> <p>Establece el tipo de competidores para un listado de empresas.</p> <p><b>Elabora el Avance II</b></p>	<p>Valora la importancia de cada uno de los competidores para su idea de negocio.</p>
<p><b><u>Oportunidades de negocio</u></b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Concepto de Oferta – Demanda</li> <li>• Identifica oportunidades de negocio en base a la oferta y demanda.</li> <li>• Análisis de mercado mediante :</li> </ul>	<p>Distingue el surgimiento de oportunidades de negocios de empresas en relación a la oferta y /o demanda.</p> <p>Aplica el análisis de entorno y el FODA en un caso concreto.</p> <p><b>Elabora el Avance III</b></p>	<p>Discierne sobre la influencia de las variables y dimensiones del entorno sobre su idea de negocio.</p> <p>Valora la importancia del FODA como herramienta para el análisis de los competidores.</p>

<ul style="list-style-type: none"> <li>○ Entorno de la empresa.</li> <li>○ Análisis FODA</li> </ul>		
<p><b><u>Proceso Administrativo</u></b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• <b>Planificación:</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>○ Concepto e Importancia.</li> <li>○ Tipos de planes</li> <li>○ Misión, Visión, Objetivos y Metas.</li> </ul> </li> </ul>	<p>Deducen el proceso de planificación en base a un problema planteado sobre una empresa en un estudio de casos.</p> <p>Identifica y diferencia los diversos tipos de planes en el estudio de caso.</p> <p>Elabora un mapa conceptual sobre el proceso de planificación en el estudio de caso planteado.</p>	<p>Disposición a la lectura.</p> <p>Comprende la importancia de sintetizar y relacionar los conceptos a través de esquemas.</p>
<p><b><u>Plan de Negocios.</u></b></p> <p><b>Plan de Marketing:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>○ Proceso del Plan de Marketing</li> <li>○ Segmentación de mercado.</li> </ul>	<p>Reconoce las etapas para elaborar un plan de marketing</p> <p>Investiga y realiza un proceso de segmentación para un producto existente.</p> <p>Identifica trabajando en grupo, el mercado objetivo para su idea de negocio.</p> <p>Analiza temas actuales relativos a la planeación.</p> <p><b><i>Elabora el Avance IV</i></b></p>	<p>Aprecia la importancia del plan de marketing para la generar un negocio.</p> <p>Expresa su opinión crítica sobre la determinación del mercado objetivo para su idea de negocio.</p> <p>Descubre la importancia de la diversidad de opiniones para obtener resultados creativos.</p>
<p><b><u>Proceso Administrativo</u></b></p> <p><b>Organización:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>○ Definición e Importancia</li> <li>○ Conceptos Fundamentales</li> <li>○ Organigrama</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Elabora en grupo un mapa conceptual en base a la lectura de apoyo, relacionando los conceptos.</li> <li>• Identifica trabajando en grupo, los conceptos de la etapa de organización observados en un video.</li> </ul>	<p>Considera la importancia de la etapa de organización para crear un negocio.</p>

	<ul style="list-style-type: none"> <li>Reconoce la importancia de un organigrama como información de la estructura de una organización.</li> </ul>	
<p><b><u>Plan de Negocios</u></b></p> <p><b>Plan de Marketing</b></p> <p><b>Variable producto:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>Paquete de valor</li> <li>Ciclo de vida del producto</li> </ul>	<p>Proponen ideas creativas para desarrollar un producto en base a un problema planteado.</p> <p>Analiza y sistematiza las características del paquete de valor de un producto existente en el mercado y de su idea de negocio.</p>	<p>Aporta al grupo ideas para la elaboración del producto y/o servicio de su plan de negocios.</p> <p>Valora el trabajo en grupo para obtener ideas diversas y creativas.</p>
<p><b><u>Proceso Administrativo</u></b></p> <p><b>Dirección:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>Liderazgo</li> <li>Comunicación Interpersonal</li> <li>Barrera de la comunicación eficaz.</li> <li>Comunicación organizacional.</li> <li>Motivación. Primeras teorías.</li> </ul>	<p>Elabora un cuadro comparativo sobre las diversas teorías de liderazgo.</p> <p>Analiza y compara teorías de liderazgo básicas y contemporáneas.</p> <p>Identifica los elementos de la comunicación interpersonal en una situación planteada.</p> <p>Distingue entre la comunicación interpersonal y la organizacional.</p> <p>Elabora un resumen sobre las diferentes teorías de motivación, considerando las características principales de cada una.</p>	<p>Disposición para la lectura y mejora en su comprensión.</p> <p>Asume la importancia del liderazgo dentro de un grupo.</p> <p>Establecen analogías entre su comportamiento y lo expuesto en el tema de comunicación.</p> <p>Reconoce la importancia de la motivación como un eje principal en el logro de sus aspiraciones.</p>
<p><b><u>Plan de Negocios</u></b></p> <p><b>Plan de Marketing:</b></p> <p>Variable de precio:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>Importancia, factores.</li> <li>Métodos para fijar precios.</li> </ul>	<p>Identifica los factores para fijar precios.</p> <p>Distingue entre los métodos, estrategias y tácticas de precios.</p>	<p>Asume la relación entre precio, mercado objetivo y satisfacción del cliente.</p>

<ul style="list-style-type: none"> <li>• Estrategias y tácticas de precios</li> </ul> <p>Variable de Promoción:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Estrategias de promoción</li> <li>• Herramientas promocionales</li> </ul>	<p>Elige los métodos, estrategias y tácticas de precio para optimizar su idea de negocio.</p> <p>Explica y compara la efectividad de las estrategias y las herramientas promocionales.</p> <p>Selecciona la estrategia(s) y herramientas promocionales para la comercialización de su idea de negocio.</p> <p><b>Elabora el Avance V</b></p>	<p>Valora la comunicación como herramienta indispensable para comercializar un producto.</p>
<p><b><u>Proceso Administrativo</u></b></p> <p><b>Control:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Definición, importancia.</li> <li>• Proceso de control: Enfoques y herramientas para el control.</li> </ul>	<p>Explica la importancia del control en la administración de una empresa.</p> <p>Describe los tres pasos del proceso.</p> <p>Explica las herramientas y enfoques utilizados para medir el desempeño organizacional.</p>	<p>Reconoce la importancia de la etapa de control para supervisar el desempeño general de la empresa y realizar correcciones de ser necesario para lograr optimizar el mismo.</p>
<p><b><u>Plan de Negocios</u></b></p> <p>Plan de Marketing</p> <p><b>Variable – Plaza</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Distribución directa e indirecta</li> <li>• Ventajas y desventajas</li> </ul>	<p>Analiza, compara y explica los canales de distribución de diferentes productos y servicios.</p> <p>Infiere las ventajas y desventajas entre la distribución directa e indirecta.</p> <p>Representa los niveles de distribución a través de esquemas gráficos.</p> <p>Resuelve un estudio de caso sobre todo el plan de marketing.</p>	<p>Aprecia el alcance de la distribución en el proceso de comercialización de un producto o servicio.</p>
<p><b><u>Plan de Negocios</u></b></p> <p>Elaboración de un organigrama</p> <p>Análisis de puestos.</p>	<p>Elabora un organigrama, de acuerdo a las normas convencionales del diseño organizacional.</p>	<p>Contempla la importancia de la información que brinda un organigrama.</p>

	<p>Identifica los canales de dependencia y coordinación.</p> <p>Investiga sobre los organigramas para los diferentes tipos de empresas.</p> <p>Registra el alcance del análisis de puesto para confeccionar un organigrama.</p> <p><b>Elabora el Avance VI</b></p>	
<p><b>Área de Recursos Humanos</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>El Área de Recursos Humanos.</li> </ul>	<p>Explica la importancia del área de RR.HH.</p> <p>Identifica las principales funciones del área de RR.HH</p>	
<p><b>Áreas Funcionales:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>Importancia, Funciones e Interrelaciones de las principales áreas funcionales en una empresa.</li> <li><b>Área de Marketing</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>Comportamiento del Consumidor.</li> </ul> </li> </ul> <p>Factores que influyen en la compra del consumidor.</p>	<p>Analiza y explica la interrelación entre las principales áreas funcionales.</p> <p>Debate y argumenta sobre las áreas que incorporará en su negocio.</p> <p>Diferencia el proceso de compra de un producto nuevo y un producto ya existente.</p> <p>Identifica los factores que afectan la compra de los consumidores.</p> <p>Crea una historieta representando cada etapa del proceso de decisión del comprador para su idea de negocio y otra para un producto y/o servicio ya existente.</p>	<p>Asume el efecto que tiene el Área de Recursos Humanos en desempeño de la empresa.</p> <p>Reconoce la importancia de tener en cuenta las diferentes etapas en el proceso de decisión de compra para un producto nuevo y un producto ya existente en el mercado.</p>
<p><b>Plan de Negocios</b></p> <p><b>Plan de operaciones.</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>Requerimientos para iniciar un negocio.</li> </ul>	<p>Detalla los requerimientos para iniciar un negocio.</p> <p>Detecta los tipos de costos inmersos en la producción de un producto o servicio.</p>	<p>Asume la influencia que tienen los costos en el Área de Operaciones para obtener rentabilidad en una empresa.</p>

<ul style="list-style-type: none"> <li>Relación de requerimientos con los costos necesarios.</li> </ul> <p>Proceso de operaciones.</p>	<p>Formula el proceso de operaciones para un caso propuesto.</p>	
<p><b>Plan de operaciones</b></p> <p><b>Funciones del Área de Operaciones</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>Abastecimiento</li> <li>Capacidad</li> <li>Ubicación</li> <li>Transporte</li> <li>Almacenamiento</li> </ul>	<p>Identifica las funciones del área de operaciones.</p> <p>Analiza y determina cómo se llevarán las funciones del área de operaciones en su plan de negocios.</p> <p><b>Elabora el Avance VII</b></p>	<p>Valora la importancia de la interdependencia de las funciones del área de operaciones para el logro de los objetivos organizacionales.</p>
<p><b>Áreas Funcionales</b></p> <p><b>Área de contabilidad.</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>Importancia y conceptos básicos.</li> <li>Proceso Contable</li> <li>Estados Financieros: <ul style="list-style-type: none"> <li>Balance General</li> <li>Estado de Resultados</li> <li>Flujo de Caja</li> </ul> </li> </ul> <p><b>Área de finanzas:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>Importancia y conceptos básicos.</li> </ul>	<p>Reconoce los principios contables.</p> <p>Identifica cómo se da el proceso contable</p> <p>Establece la diferencia entre los tres estados financieros básicos.</p> <p>Discrimina las responsabilidades que corresponden al área de contabilidad y finanzas.</p>	<p>Interioriza la importancia de los principios contables y financieros para tomar decisiones y lograr la rentabilidad en una empresa.</p>
<p><b>Plan de negocios</b></p> <p><b>Plan financiero.</b></p> <p><b>Flujo de caja:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>Importancia</li> <li>Conceptos</li> <li>Ejemplos</li> </ul>	<p>Determina el alcance del flujo de caja para la administración del dinero en la empresa.</p> <p>Construye en grupo un flujo de caja en base a un estudio de caso.</p> <p><b>Elabora el Plan de Negocios (Completo)</b></p>	<p>Valora la aplicación del flujo de caja para alcanzar los objetivos y metas de la empresa.</p> <p>Participa responsablemente y activamente para realizar el flujo de caja de su empresa.</p>

## VI.- METODOLOGÍA

El desarrollo del curso se llevará a cabo a través de 4 horas semanales presenciales y 6 de aprendizaje autónomo. El enfoque educativo que se aplicará propiciará un proceso de aprendizaje reflexivo crítico; en el que la docente asumirá el rol de mediadora y el alumno como agente de su propia formación y sujeto de aprendizaje a través del ejercicio de su auto responsabilidad y toma de decisiones.

Dentro de la metodología, se aplicarán las siguientes estrategias: el estudio de casos, el ABP, la elaboración de mapas conceptuales, las guías de aprendizaje y el foro virtual.

En las sesiones presenciales predominantemente se aplicará la exposición participativa, donde se promoverá el debate y reflexión sobre las lecturas de apoyo, aclarando dudas y orientando el desarrollo de actividades.

Asimismo, para el avance de cada uno de los temas y con el objeto de motivar a los alumnos a perfeccionar su comprensión lectora, análisis, nivel de inferencia y argumentación, se formarán grupos donde se realizarán, debates de las lecturas, elaboración de trabajos prácticos, análisis de casos, foros virtuales y videos, entre otros, que los apoyarán para optimizar su capacidad para la toma de decisiones.

En las horas de aprendizaje autónomo se estimula la elaboración de mapas conceptuales y otros esquemas que faciliten la comprensión de las lecturas asignadas. Asimismo se les proporciona guías de aprendizaje para inducir a desarrollar las habilidades de pensamiento crítico. Además de la absolución de dudas de manera presencial, se supervisarán las participaciones en el foro virtual, para identificar los posibles problemas de los alumnos y subsanarlos.

En el avance progresivo del curso, los alumnos en forma grupal elaborarán un plan de negocios contando con una asesoría permanente de parte del profesor.

El sistema de asesoría presencial de la docente del curso, se adecua a las necesidades de los alumnos y no se da de forma individual, sino de manera grupal de acuerdo a un horario establecido. Adicionalmente, se mantiene una guía permanente mediante comunicaciones electrónicas, en caso los alumnos lo requieran.

## **VII.- MEDIOS Y MATERIALES**

Para el logro de los aprendizajes previstos, los alumnos contarán con: lecturas complementarias, relacionadas con los contenidos previstos en el sílabo, estudios de casos, videos y guías de aprendizaje. Además se contará con una plataforma virtual, en la que se encontrarán los materiales de apoyo, principalmente las diapositivas de cada clase y otros recursos virtuales que facilitarán el aprendizaje autónomo y colaborativo de los alumnos.

## **VIII.- EVALUACIÓN**

La evaluación será de carácter permanente y diversificada con la finalidad de recoger información sobre el proceso de enseñanza aprendizaje y plantear medidas correctivas y oportunas.

Asimismo se evaluará la participación de las estudiantes durante el desarrollo de las sesiones presenciales y en las de aprendizaje autónomo realizadas en forma individual o grupal.

Se evaluarán las siguientes actividades:

En las sesiones presenciales: Se evaluarán los siguientes criterios:

- Asistencia obligatoria, inasistencias menor al 30%.
- Participación oportuna y crítica sobre los temas desarrollados.
- Formula y responde a preguntas de manera asertiva.

En el Aprendizaje autónomo y /o colaborativo:

- Prácticas calificadas (3 de las cuales la 2da es grupal)
- Resumen y esquematización de lecturas asignadas (Mapas Conceptuales)
- Trabajos de resolución de casos de estudio.
- Elaboración de casos aplicando el ABP.
- Investigación sobre los temas asignados y presentación de informes.
- Elaboración de Guías de Aprendizaje
- Informes o Avances del trabajo final
- Elaboración de Trabajo Final o Plan de Negocios
- Controles de lectura Online.
- Participación en el Foro Virtual.

<b>Evaluación Permanente (60%)</b>		
<b>Criterio</b>	<b>Resultado de Aprendizaje y/o Indicadores</b>	<b>Ponderación %</b>
• <b>Asistencia</b>	Asiste con puntualidad por lo menos al 70% de sesiones	<b>10</b>
• <b>Prácticas Calificadas (PC) (3)</b>	La PC1 y PC3. Comprende y aplica la teoría a la resolución de problemas.	<b>20</b>
	La PC2, informa sobre los resultados de sus investigaciones en campo de manera grupal, aplicando la teoría en empresas peruanas.	<b>10</b>
• <b>Controles de Lectura Online</b>	Infiere, relaciona y aplica los conceptos para la resolución de situaciones y/o problemas, de manera individual en el campus virtual.	<b>10</b>
• <b>Foro Virtual</b>	Desarrolla habilidades de pensamiento crítico, investigando, infiriendo, reflexionando, debatiendo y argumentando asertivamente, siendo tolerante con la opinión de sus pares.	<b>10</b>
• <b>Avances del Trabajo Final (7)</b>	Habilidad para el trabajo en equipo, aplica la teoría estudiada a su idea de negocio, teniendo en cuenta la investigación de mercado, proceso administrativo, plan de comercialización y plan financiero.	<b>10</b>
• <b>Trabajo final</b>	Subsanación de sus errores en los avances de manera reflexiva, aplicando sus habilidades de emprendimiento.	<b>15</b>
• <b>Exposición del Trabajo Final</b>	Presenta dominio del tema, expone de manera asertiva aplicando la teoría de manera eficaz y eficiente a su idea de negocio.	<b>15</b>

<b>ESQUEMA DE EVALUACIÓN</b>		
<b>No.</b>	<b>Rubros</b>	<b>Ponderación</b>
<b>1</b>	Evaluación Permanente	60%
<b>2</b>	Examen Parcial	20%
<b>3</b>	Examen Final	20%

## IX.- Bibliografía

### Referencias Básicas:

- 1) Franco. P. (2013). *Planes de negocios una metodología alternativa* (3era Edición). Lima: Universidad Pacifico.
- 2) Mollán, E y Rojas, N. (2013). *Contabilidad General*. (1ra Edición).Lima, Perú: Fondo Editorial Universidad San Ignacio de Loyola.
- 3) Robbins.S & Coulter.M (2014). *Administración*. (12 ava. edición). México, DF: Pearson Educación.
- 4) Robbins.S & Coulter.M (2017). *Administración*. (17 ava. edición). México, DF: Pearson Educación

### Referencias Complementarias (Lectura obligatoria)

- 5) Amstrong.G & Kotler.P (2011). *Introducción al Marketing*. (3era Edición). Madrid: Pearson Educación.
- 6) Griffin.R (2011). *Administración*. (10ma edición). México, DF. : Cengage Learning.
- 7) Koontz, H & Wehrich.H (2013). *Elementos de administración: un enfoque internacional y de innovación*. (8va edición). México, DF.: McGraw-Hill.
- 8) Mateo Campoy, D. (2006). *Gestión Emprendedora: estrategias y habilidades para el emprendedor actual*. (1era edición). España: Editorial Ideas Propias.
- 9) Osterwalder, Alexander & Pigneur, Yves. (2015). *Diseñando la propuesta de valor: cómo crear los productos y servicios que tus clientes están esperando*. (2da edición). Barcelona, España: Editorial Deusto
- 10) Stettinius, W.:Wood.R; Doyle, J y Colley, J. (2010). *Plan de Negocio: cómo diseñarlo e implementarlo*. Barcelona: McGraw-Hill.
- 11) Universidad San Ignacio de Loyola (2017). *Manual de emprendedores: emprendedores formando emprendedores*. Perú, Lima: Universidad San Ignacio de Loyola. Recuperado de :<http://repositorio.usil.edu.pe/handle/USIL/2446>

## X.- CRONOGRAMA

<b>Semana</b>	<b>Sesión</b>	<b>Contenido Temas</b>	<b>Estrategias y Actividades</b>	<b>Horas</b>
1	1 AP	<b>Introducción al Curso</b>	Presentación del sílabo. Orientaciones y normas para las sesiones presenciales y el aprendizaje autónomo y grupal. Formación de grupos en forma libre.	2
	AA	<b>Ideas Actuales de Negocios (Emprendedores Peruanos)</b>	Guía de estudio No. 1, investigación y elaboración de informe, sobre emprendedores peruanos. Lectura y síntesis de las I lecturas asignadas para la Semana 1.	3
	2 AP	<b><u>Idea de Negocio</u></b> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Concepto</li> <li>• Etapas y factores para determinar la idea de negocio.</li> </ul> <b><u>Modelo Canvas</u></b> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Definición de la idea de negocio.</li> </ul>	Presentación y debate sobre video, referido a ideas de negocio. Exposición interactiva con apoyo de diapositivas. Inicio de la elaboración en grupo del Lienzo Canvas sobre su idea de negocio.	2
	AA	<b>Generación de la Idea de Negocio</b>	Elaboración de esquema de lectura de apoyo. Control de Lectura No. 1 (Online) <b>Ejecuta el Avance I del Plan de Negocios (Idea de Negocio y el Lienzo Canvas)</b>	3

<b>Lecturas:</b>		1) Capítulo 1. Páginas de la 17 a la 22 10) Capítulo 1, Página 1 -10, 76-78 7) Páginas 73 -75. 9) Capítulo 1, Páginas de la 10 - 40		
2	3 AP	<b><u>Plan de Negocio:</u></b> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Concepto e importancia.</li> <li>• Usuario externos – internos</li> <li>• Estructura general del Plan de Negocios</li> <li>• Concepto y Características del Emprendedor.</li> <li>• Proceso de Emprendimiento</li> </ul>	Presentación de un video sobre Plan de Negocios. Exposición interactiva con apoyo de diapositivas. Mapa Conceptual en pleno, sobre el tema. Exhibición de un producto y/o servicio para enlazar con el video sobre emprendimiento. Elaboración de esquema por el grupo total, sobre los temas de clase.	2
	AA	<b>Inicio de la Elaboración del Plan de Negocios</b>	Mejora del Avance I de manera grupal de acuerdo. Entrega próxima clase. Lectura de textos relacionadas a la próxima sesión. Lectura del <b>Caso No.1</b> , en el campus virtual.	
	4	<b><u>Proceso Administrativo</u></b> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Concepto de Administrar, Proceso Administrativo y sus etapas.</li> <li>• Importancia del Proceso Administrativo.</li> <li>• Jerarquía de Administradores en una organización</li> </ul>	Presentación de un video, debate para responder a las preguntas sugeridas. Exposición participativa y elaboración de un mapa conceptual sobre el tema. Explicación y entrega de guía de apoyo para elaboración de un caso de estudio.	

	AA	<b>Proceso Administrativo</b>	<p>Guía de Aprendizaje No. 2:  Leer Información sobre El ABP en la Guía de Aprendizaje No. 2, investigar sobre la empresa del caso y presentar dos alternativas de solución por grupo .</p> <p>Elaboración del Caso No.1.de manera grupal.</p> <p>Confección de un glosario de términos.</p> <p>Lectura de textos complementarios designados para la próxima sesión.</p> <p>Control de Lectura No. 2 (Online)</p>	3
		<b>Lecturas :</b>	<p>2) Capítulo 1, Páginas 2 -4 y 4 -17</p> <p>3) Capítulo 1.1., Páginas 10 a 25,</p> <p>3) Capítulo 1.2., Páginas 26 a 39</p> <p>3) Capítulo 1.3. Páginas 54 a 61</p>	
3	5 AP	<p><b><u>Plan de Negocios</u></b></p> <p><b><u>Competencia</u></b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Definición de competencia</li> <li>• Clasificación e Importancia de los competidores: directos e indirectos</li> </ul>	<p>Observación y comparación de productos y servicios de diferentes empresas.</p> <p>Conceptualización de competencia, características y tipos.</p> <p>Exhibición, análisis y síntesis de video.</p> <p>Preparación de un esquema en pleno.</p> <p>Resolución del Caso No. 1 en clase, grupo total.</p>	2
	AA	<b>Competidores vs Mi Negocio</b>	Realización de investigación de campo sobre los posibles competidores para su negocio y elaboración de un Informe.	3

			<p><b><i>Inicio del Avance II del Plan de Negocios. (formato Campus Virtual)</i></b></p> <p>Lectura del material de apoyo para la siguiente sesión y elaboración de mapa conceptual.</p> <p>Leer y resolver el Caso de Guía No. 2 , teniendo en cuenta lo investigado (Sigue el ABP – Tema: Competencia)</p>	
6 AP	<p><b><u>Oportunidades de negocio</u></b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Concepto de Oferta – Demanda</li> <li>• Identifica oportunidades de negocio en base a la oferta y demanda.</li> </ul> <p><b>Investigación de Mercado</b> mediante :</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>○ Entorno de la empresa.</li> <li>○ Análisis FODA</li> </ul>	<p>Resolución del caso de la Guía No. 2 en clase, se motiva al debate a modo de repaso.</p> <p>Presentación de listado de empresas conocidas y sus productos y/o servicios.</p> <p>Elaboración de un cuadro de doble entrada en base a sus respuestas.</p> <p>Presentación y análisis de video.</p> <p>Deducción sobre la importancia del análisis de entorno y Foda para un negocio</p> <p>Exposición participativa, para aclarar conceptos, retroalimentación.</p>	2	
AA	<p><b>Investigación de Mercado de Mi Negocio</b></p>	<p>Inicia investigación de campo y en biblioteca, para elaboración de Investigación de mercado con referencia a su idea de negocio.</p> <p>Repasar para su Practica Calificada No. 1.</p>	3	
<b>Lecturas:</b>	<p>8) Capítulo 3, Páginas 62 -83</p> <p>6) Capítulo 5, Páginas 109 – 110, 113</p>			

4	7 AP	<b>Practica Calificada No. 1</b>	Evaluación sobre los temas de la Semana 1 a la Semana 3	2
	AA	<b>Análisis de Competencia e Investigación de Mercado</b>	Lee textos de apoyo correspondientes a la Semana 4 Mejora del <b>Avance II</b> para entrega la próxima clase.	3
	8 AP	<b><u>Proceso Administrativo</u></b> <b>Planificación:</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Concepto e Importancia.</li> <li>• Tipos de planes</li> <li>• Misión, Visión, Objetivos y Metas.</li> </ul>	Cuestionamiento a los alumnos sobre actividades atractivas para ellos. Explicación de los conceptos relacionándolo con lo expuesto por los alumnos. Planeamiento de un problema, elaboración grupal, aplicando los conceptos estudiados. Aclaración de conceptos y elaboración de conclusiones por la docente.	2
	AA	<b>Planificación de Mi Negocio</b>	Lectura de los textos complementarios para la próxima sesión. Elabora Mapa Conceptual sobre el tema. <b>Inicia Avance III.</b> Selección grupal de la etiqueta de un producto.	3
	<b>Lecturas:</b>	8) Capítulo 3, Páginas 2 - 3, 81 -82. 4) Capítulo 5, Páginas 130 a 151 1) Capítulo 6, Páginas 101 a 113		
5	9 AP	<b><u>Plan de Negocios.</u></b> <b>Plan de Marketing:</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Proceso del Plan de Marketing</li> <li>• Segmentación de mercado.</li> </ul>	Presentación de un video, análisis, debate, elaboración de un mapa conceptual. Exposición participativa sobre el tema. Trabajo grupal sobre el tema, usando las etiquetas.	2

	AA	<b>Segmento Cliente para Mi Negocio</b>	<p>Lectura del material de apoyo para la próxima sesión.</p> <p>En el Aula Virtual se sube dos casos pequeños sobre un producto y servicio resueltos en base al tema de segmentación y se pide a los grupos , determinen si están de acuerdo o no con la solución argumentando asertivamente en el Foro Virtual. (ABP parte I).</p> <p>Entrega de manera virtual a los equipos la parte II del caso sobre las empresas investigadas para trabajarlos grupalmente para la próxima clase</p> <p>Elaboración de la segmentación de mercado para su idea de negocio.</p>	3
10	AP	<p><b><u>Proceso Administrativo</u></b></p> <p><b>Organización:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Definición e Importancia</li> <li>• Conceptos Fundamentales</li> <li>• Organigrama</li> </ul>	<p>Exposición, debate, para la solución de los casos y aclarar conceptos. ( ABP parte II)</p> <p>Presentación de un video, análisis y resolución de preguntas asignadas.</p> <p>Exposición participativa, sobre el tema.</p> <p>Elaboración de un organigrama para su negocio, con guía de la docente.</p>	2
	AA	<b>Organigrama – Plan de Negocios</b>	<p>Lectura del material de apoyo para la siguiente sesión.</p> <p>Guía de Aprendizaje No.3, elaboración del Caso No. 2</p> <p>Control de Lectura No. 3 (Online)</p>	3

<b>Lecturas:</b>		4) Capítulo 6. Páginas 160 - 186. 5) Capítulo 7. Páginas 162 - 172		
6	11 AP	<b><u>Plan de Negocios</u></b> <b>Plan de Marketing</b> <b>Variable producto:</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Paquete de valor</li> <li>• Ciclo de vida del producto</li> </ul>	Exhibición de productos y/o servicios conocidos, con apoyo de las diapositivas. Exposición participativa, sobre el tema. Aplicación del ABP y Método de casos (Caso No. 3) en grupo	2
	AA	<b>Paquete de Valor de mi idea de negocio</b>	Revisión de la resolución del Caso No. 3 grupalmente. Define en su grupo de trabajo, el paquete de valor para su idea de negocio. Lectura del material de apoyo para la siguiente sesión.	3
	12 AP	<b><u>Proceso Administrativo</u></b> <b>Dirección:</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Liderazgo</li> <li>• Comunicación Interpersonal</li> <li>• Barrera de la comunicación eficaz.</li> <li>• Comunicación organizacional.</li> <li>• Motivación. Primeras teorías.</li> </ul>	Presentación de un video, análisis y debate. Exposición participativa. Elaboración de Mapa Conceptual en pleno. Guía de Aprendizaje No. 4 (Campus Virtual)	2
	AA	<b>Mejoramiento de Plan de Negocio</b>	Revisión de las correcciones de los avances. Lectura del material de apoyo para la siguiente sesión. Elaboración de Guía de Aprendizaje No. 4, Caso No.4 y	3

			<p>elaboración de cuadros de doble entrada,</p> <p>Foro virtual No. 1</p> <p>Lectura de la Practica Calificada No. 2 (Campus Virtual) ( Grupal, Duración elaboración : 1 semana, Investigación de Campo)</p> <p>Control de Lectura No. 4 (Online)</p>	
<b>Lecturas:</b>		<p>4) Capítulo 12, Páginas 360-366 y 372 – 381</p> <p>4) Capítulo 13, Páginas 329 – 411</p> <p>4) Capitulo 11, Páginas 328 – 355</p>		
7	13 AP	<p><b><u>Plan de Negocios</u></b></p> <p><b>Plan de Marketing:</b></p> <p>Variable de precio:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Importancia, factores.</li> <li>• Métodos para fijar precios.</li> <li>• Estrategias y tácticas de precios</li> </ul> <p>Variable de Promoción:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Estrategias de promoción</li> <li>• Herramientas promocionales</li> </ul>	<p>Interrogación a los alumnos sobre el tema de clase en relación a algunos productos y/o servicios.</p> <p>Discurso participativo apoyado con diapositivas, sobre el tema.</p> <p>Exhibición de un video, análisis y resolución de preguntas.</p> <p>Elaboración de conclusiones.</p> <p>Entrega del Caso No. 5 (Campus Virtual). Se solicita realizar una investigación adicional de la empresa para presentar sus alternativas de solución.</p>	2
	AA	<p><b>Precio y Promoción para mi Idea de Negocio</b></p>	<p>Elaboración grupal del Caso No. 5 en grupo.</p> <p>Identificar cómo determinar el precio y qué tipo de promoción es la adecuada para su negocio.</p> <p>Foro Virtual No. 2</p> <p>Lectura del material de apoyo para la siguiente sesión.</p>	3

	14 AP	<p><b>Proceso Administrativo</b></p> <p><b>Control:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>Definición, importancia.</li> <li>Proceso de control</li> <li>Enfoques y herramientas para el control.</li> </ul>	<p>Entrega de la Practica Calificada No. 2 (Grupal, Investigación de Campo) (sube al Campus Virtual) Exposición, debate y solución del Caso No.5.</p> <p>Exhibición de un video y síntesis de contenido.</p> <p>Discurso participativo, sobre el tema de clase con apoyo de diapositivas.</p> <p>Elaboración de esquema en pleno.</p>	2
	AA	<p><b>Etapas de Control en Mi Plan de Negocio</b></p>	<p>Lectura del material de apoyo para la siguiente sesión.</p> <p>Control de Lectura No.5 (Online) Determina en grupo donde sería necesario aplicar el control para su negocio, de manera grupal.</p>	3
	<b>Lecturas:</b>		<p>5) Capítulo 9, Páginas 220 - 226</p> <p>5) Capítulo 12, Páginas 290 a 295</p> <p>4) Capítulo 14, Páginas 422 -441</p>	
8	15 AP	<p><b>Retroalimentación del Examen Parcial</b></p> <p><b>Plan de Negocios</b></p> <p>Plan de Marketing</p> <p><b>Variable – Plaza</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>Distribución directa e indirecta</li> <li>Ventajas y desventajas</li> </ul>	<p>Revisión del Examen Parcial en pleno, absolución de dudas.</p> <p>Exposición participativa sobre el tema.</p> <p>Exhibición de video, para visualizar ejemplos.</p> <p>Debate en grupo sobre el tipo de distribución para su idea de Negocio.</p>	2
	AA	<p><b>Las 4 Ps en mi Plan de Negocio</b></p>	<p>Lectura del material de apoyo para la siguiente sesión.</p> <p>Elaboración del Avance No. IV, todo el Plan de Marketing</p>	3

			(Investigación de Mercado y las 4 Ps o Plan de Comercialización).	
	16 AP	<b>Plan de Negocios</b> Elaboración de un organigrama Análisis de puestos.	Presentación de un organigrama. Interrogación sobre sus saberes previos sobre el tema. Discurso interactivo sobre el tema con apoyo en diapositivas.	2
	AA	<b>Organigrama para Mi Plan de Negocios.</b>	Elaboración grupal de Organigrama para su Plan de Negocios. Lectura del material de Apoyo para la siguiente sesión. Elaboración de esquema. Control de Lectura No. 5 (Online)	3
<b>Lecturas:</b>		5) Capítulo 10 , Páginas 252 -261		
9	17 AP	<b>Área de Recursos Humanos</b> El Área de Recursos Humanos. <ul style="list-style-type: none"> <li>• Importancia y Funciones</li> <li>• Reclutamiento, Selección, Contratación, Capacitación, Evaluación.</li> </ul>	Interrogación a los alumnos sobre sus saberes previos acerca del tema. Exposición participativa. Elaboración de Esquema en pleno.	2
	AA	<b>Área de Recursos Humanos en Mi Plan de Negocios.</b>	Define la cantidad y tipo de recurso humano para su negocio, debate grupal. Rehace el organigrama para su negocio, teniendo en cuenta el análisis de puesto de manera grupal. Lectura del material de apoyo para la siguiente sesión.	3
	18 AP	<b>Áreas Funcionales:</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Importancia y Funciones</li> </ul>	Cuestionamiento a los alumnos, sobre sus conocimientos acerca	2

		<ul style="list-style-type: none"> <li>• Interrelaciones de las principales áreas funcionales en una empresa.</li> </ul> <p><b>Área de Marketing</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Comportamiento del Consumidor.</li> <li>• Factores que influyen en la compra del consumidor</li> </ul>	<p>del tema y elaboración de un esquema con sus ideas.</p> <p>Exposición con ayuda de diapositivas sobre el tema.</p> <p>Realización de un esquema sobre el tema en pleno.</p> <p>Elaboración de dos historietas aplicando lo aprendido sobre el tema del comportamiento del consumidor de manera grupal</p>	
	AA	<p><b>Comportamiento del Consumidor para mi Idea de Negocio.</b></p>	<p>Analizan y argumentan grupalmente, sobre cómo sería el Comportamiento del Consumidor y los factores que influyen para la compra de su producto y/o servicio, modificando su Plan de Comercialización, si es necesario.</p> <p>Lectura reflexiva de textos complementarios para la siguiente sesión.</p> <p>Control de Lectura No. 6 (Online)</p>	3
<b>Lecturas:</b>		<p>4) Capítulo 13, Páginas 378 – 403</p> <p>7) Capítulo 5, Páginas 110 – 121</p>		
10	19 AP	<p><b><u>Plan de Negocios</u></b></p> <p><b>Plan de operaciones.</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Requerimientos para iniciar un negocio.</li> <li>• Relación de requerimientos con los costos necesarios.</li> <li>• Proceso de operaciones.</li> </ul>	<p>Presentación de un video, análisis y solución de preguntas en pleno.</p> <p>Exposición interactiva con ayuda de diapositivas.</p>	2

	AA	<b>Requerimientos para mi Idea de Negocio</b>	Investigación de campo, sobre los costos de los requerimientos para el plan de negocios. Lectura del material de apoyo, para la siguiente sesión.	3
	20 AP	<b>Plan de operaciones</b> <b>Funciones del Área de Operaciones</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Abastecimiento</li> <li>• Capacidad</li> <li>• Ubicación</li> <li>• Transporte</li> <li>• Almacenamiento</li> </ul>	Exhibición de un video. Elaboración de síntesis. Exposición interactiva con ayuda de diapositivas, sobre el tema. Debate sobre las funciones del área de operaciones y video. Análisis y elaboración de síntesis conceptual.	2
	AA	<b>Funciones en el Área de Operaciones para mi Plan de Negocios</b>	Inicio de la elaboración del Avance No. V del Plan de Negocios. (Organigrama, Análisis de Puestos, Plan de Operaciones) Lectura del material de apoyo y diapositivas para la Práctica Calificada No. 3	3
	<b>Lecturas:</b>	11) Capítulo 3, Páginas 31 -33 11) Capítulo 4, Páginas 51 – 54 6) Capítulo 10, Páginas 309 -322 2) Capítulo 20, Páginas 407 – 408 y 420		
11	21  AP	<b>Practica Calificada No. 3</b>	Evaluación de los temas de áreas funcionales: Recursos Humanos y Operaciones.	2
	AA	<b>Plan de Operaciones y Requerimientos</b>	Revisión grupal del Avance V de manera grupal. Lectura reflexiva y crítica del material de apoyo para la próxima sesión.	3
	22 AP	<b>Áreas Funcionales</b> <b>Área de contabilidad.</b>	Exhibición de un video y análisis.	2

		<ul style="list-style-type: none"> <li>• Importancia y conceptos básicos.</li> <li>• Proceso Contable</li> <li>• Estados Financieros: <ul style="list-style-type: none"> <li>○ Balance General</li> <li>○ Estado de Resultados</li> <li>○ Flujo de Caja</li> </ul> </li> </ul> <p><b>Área de finanzas:</b> Importancia y conceptos básicos.</p>	Exposición participativa con ayuda de diapositivas. Comentario sobre contenido. Presentación de ejemplos de los estados financieros.	
	AA	<b>Contabilidad y Finanzas en el Plan de Negocios</b>	Determina en grupo la importancia de las áreas de contabilidad y finanzas para su plan de negocio.	3
		<b>Lecturas:</b>	2)Capitulo 1 , páginas 8 -18 2) Capítulo 5, páginas 62 -65 11) Capitulo 5. páginas 61 -63	
12	23 AP	<b><u>Plan de negocios</u></b> <b>Plan financiero.</b> <b>Flujo de caja:</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>○ Importancia</li> <li>○ Conceptos</li> <li>○ Ejemplos</li> </ul>	Retroalimentación del tema anterior. Exposición con apoyo de diapositivas. Caso Estudio No. 6 sobre flujo de caja. Resolución del Caso No. 6 en grupo con la guía de la docente.	2
	AA	<b>Plan Financiero para Mi Idea de Negocio.</b>	Elaboración de Flujo de Caja anual para su Plan de Negocio, en grupo. Revisión de las correcciones en los anteriores avances del plan de negocios.	3
		<b>Lecturas :</b>	2)Capitulo 1 , páginas 8 -18 2) Capítulo 5, páginas 62 -65 11) Capitulo 5. páginas 61 -63	

	24 AP	<b>Retroalimentación de Plan de Negocios</b>	Asistencia en clase a los grupos en clase y se dan asesorías para absolver dudas sobre su Plan de Negocios.	2
	AA	<b>Plan de Negocios</b>	Mejorar en los avances, teniendo en cuenta las correcciones realizadas al interior de cada grupo.	3
13	25 AP	<b>Exposición Grupal de Plan de Negocios Final</b>	Exposición del Trabajo Final- Plan de Negocios corregido <b>Grupo I y Grupo II</b>	2
	AA	<b>Plan de Negocios</b>	Elaboración de las diapositivas de apoyo para la exposición final	3
	26 AP	<b>Exposición Grupal de Plan de Negocios Final</b>	Exposición del Trabajo Final- Plan de Negocios corregido <b>Grupo III y Grupo IV</b>	2
	AA	<b>Plan de Negocios</b>	Elaboración de las diapositivas de apoyo para la exposición final	3
14	27 AP	<b>Exposición Grupal de Plan de Negocios Final</b>	Exposición del Trabajo Final- Plan de Negocios corregido <b>Grupo V y Grupo VI</b>	2
	AA	<b>Plan de Negocios</b>	Elaboración de las diapositivas de apoyo para la exposición final	3
	28 AP	<b>Exposición Grupal de Plan de Negocios Final</b>	Exposición del Trabajo Final- Plan de Negocios corregido <b>Grupo VII y Grupo VIII</b>	2
	AA	<b>Plan de Negocios</b>	Elaboración de las diapositivas de apoyo para la exposición final	3

### 3.5. Estrategias y Actividades a realizar

Actividades	Estrategias
Presentación del proyecto a los Coordinadores responsables del curso	Exposición y sustentación.
Presentación y sustentación del proyecto ante los docentes responsables del curso.	Exposición y sustentación del proyecto propuesto.
<ul style="list-style-type: none"><li>• Revisión y análisis del proyecto propuesto por el equipo de docentes.</li><li>• Discusión y formulación de conclusiones sobre el proyecto propuesto por los docentes responsables del curso.</li><li>• Aprobación del proyecto propuesto.</li><li>• Ejecución del proyecto.</li></ul>	<ul style="list-style-type: none"><li>• Conformación de equipos.</li><li>• Taller</li><li>• Plenaria.</li><li>• Desarrollo del proyecto de innovación.</li></ul>

### 3.6. Recursos Humanos

- Responsable de la coordinación y ejecución del proyecto.
- Coordinador del curso.
- Docentes del curso
- Alumnos del curso

### 3.7.- Monitoreo y Evaluación

Se promoverá la formación de una comisión responsable conformada por el coordinador del curso y dos docentes elegidos democráticamente.

Las evaluaciones se realizarán en tres etapas:

- a) Evaluación concurrente (durante el proceso) con el objetivo de adecuar la propuesta a los requerimientos de los alumnos y docentes.

- b) Evaluación post examen parcial, con la finalidad de analizar los logros y deficiencias para verificar el efecto de las estrategias utilizadas en el rendimiento de los alumnos.
- c) Evaluación final, luego de contrastar la meta y los alcances de los alumnos con la aplicación de las estrategias propuestas.

### **3.8.- Sostenibilidad**

Para asegurar la sostenibilidad del proyecto, se realizarán las siguientes acciones:

- Involucramiento del Coordinador y docentes del curso en la aplicación de las estrategias sugeridas.
- Incorporación de la propuesta en el sílabo.
- Mantener una comunicación activa entre los docentes del curso, para intercambiar experiencias e ir mejorando la aplicación de las estrategias.

### **3.9.- Presupuesto**

#### **3.9.1.- Recursos Humanos**

- Profesores responsables del dictado del curso
- Coordinador del curso
- Alumnos del curso

#### **3.9.2.- Recursos y herramientas**

- Hojas bond A4 aproximadamente 2 millares
- Computadora e Impresora
- Cartuchos de tinta para impresora
- Paleógrafos ( si se requiere para las presentaciones o uso de power point)
- Útiles de escritorio (lapicero, liquid, plumones para pizarra y papel, etc.)

#### **3.9.3.- Recursos Financieros**

La aplicación de las estrategias innovadoras para el curso de Administración para los Negocios es financiado por los profesores responsables del dictado del curso, así como de la universidad.

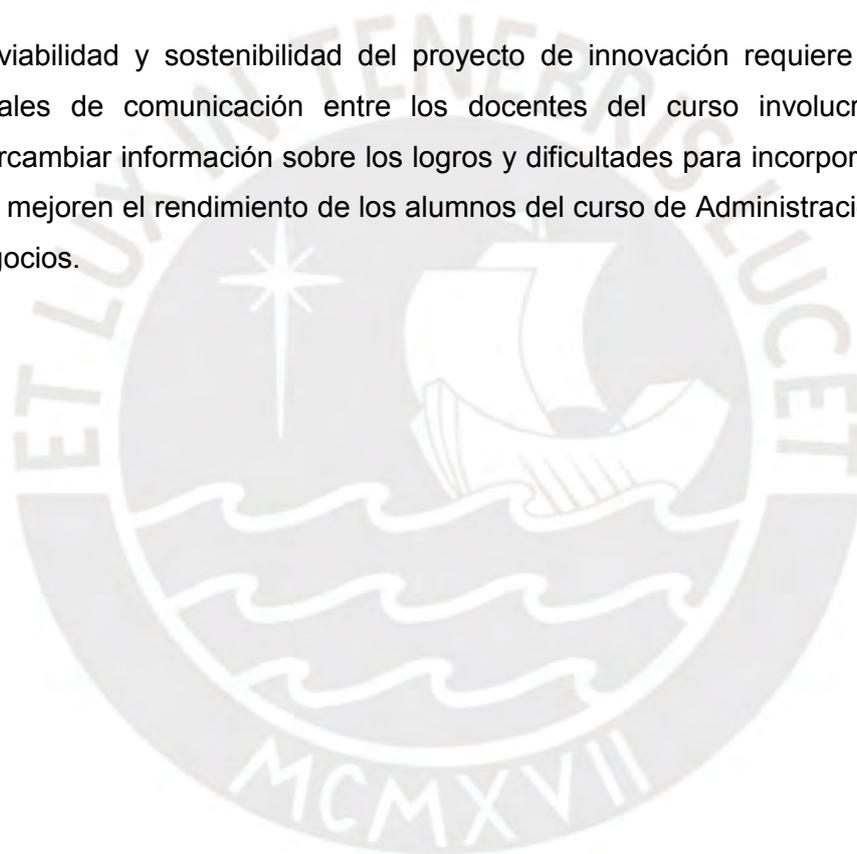
### 3.10.- Cronograma

Acciones	Responsables	Fechas
Presentación del proyecto a los Coordinadores responsables del curso	Docente responsable del proyecto	Marzo del 2019
Presentación y sustentación del proyecto ante los docentes responsables del curso.	Docente responsable del proyecto. Coordinador del curso	Primera semana de Marzo del 2019
Revisión y análisis del proyecto propuesto por el equipo de docentes	Docentes responsables del curso	Segunda semana de Marzo del 2019
Discusión y formulación de conclusiones sobre el proyecto propuesto por los docentes responsables del curso	Docentes responsables del curso	Primera semana de Abril del 2019
Aprobación del proyecto propuesto.	Decana y Coordinador del curso	Mediados de Abril del 2019
Ejecución del proyecto.	Docentes del curso y Coordinador del curso	Inicio Mayo del 2019 ( Aplicación en el Ciclo II del 2019)

### 3. A modo de conclusiones

- El sílabo es un instrumento de planificación que guía los procesos de enseñanza aprendizaje, evitando la improvisación.
- El sílabo nos ayuda a reflexionar y reconocer los factores que facilitan o afectan el logro de aprendizajes de los alumnos.

- Estrategias como el ABP, el método de casos, el foro virtual, las guías de aprendizaje y los mapas conceptuales permiten que los alumnos desarrollen sus habilidades de pensamiento crítico, de investigación, de interrelación e interacción que mejorarán la calidad de aprendizaje.
- El desarrollo de los niveles inferencial y crítico de la comprensión lectora, constituyen un factor importante para el logro de aprendizaje autónomo y significativo de los alumnos, así como para el desarrollo de las habilidades del pensamiento crítico.
- La viabilidad y sostenibilidad del proyecto de innovación requiere establecer canales de comunicación entre los docentes del curso involucrados para intercambiar información sobre los logros y dificultades para incorporar cambios que mejoren el rendimiento de los alumnos del curso de Administración para los Negocios.



## 5.- Bibliografía

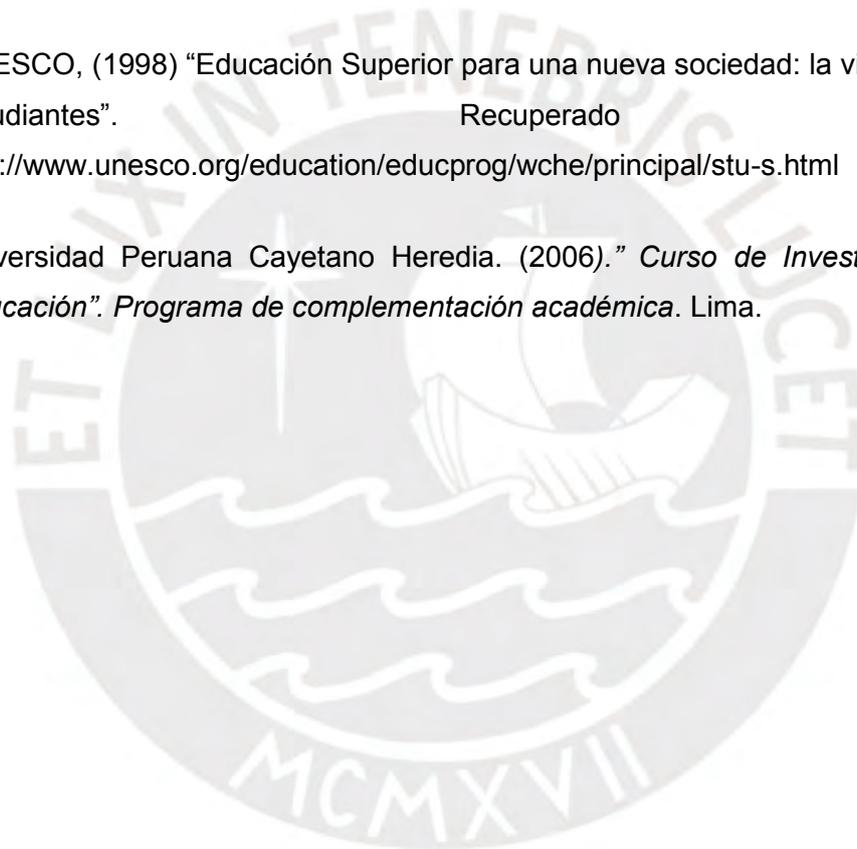
- Brunner, J (15 de Julio del 2009). “Principios Formativos”. Diario El Mercurio. Recuperado de <http://www.brunner.cl/?p=732>
- Castro, N, Suarez, X y Soto, V (. 2016).” *El uso del foro virtual para desarrollar el aprendizaje autorregulado de los estudiantes universitarios*”. Innovación Educativa.(Vol.16 No. 70 ) Recuperado de [http://www.scielo.org.mx/scielo.php?script=sci\\_arttext&pid=S1665-26732016000100023](http://www.scielo.org.mx/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S1665-26732016000100023)
- Cattaneo, Guido. (2016) “*El pensamiento Crítico te puede llevar el éxito en los negocios*”. LinkedIn. Recuperado de <https://es.linkedin.com/pulse/el-pensamiento-cr%C3%ADtico-te-puede-llevar-al-%C3%A9xito-en-los-guido-cattaneo>
- Cazares Aponte, L.y Cuevas de La Garza, J (2014). “*Planeación y Evaluación Basadas en Competencias*”. (2da Edición) .México: Editorial Grullas.
- Centro de Estudios Educativos, A.C. (2001).Revista Latinoamericana de Estudios Educativos “*La educación para todos para aprender a vivir juntos: contenidos y estrategias de aprendizaje; problemas y soluciones*” (México), XXXI (4), p. 127-156. Recuperado de: <http://www.redalyc.org/pdf/270/27031406.pdf>
- Checchia, Beatriz. (2009). “*Las Competencias del Docente Universitario*”. DocPlayer. Recuperado de <https://docplayer.es/68437858-Las-competencias-del-docente-universitario.html>
- De la Torre, S. et al. (2000). “*Estrategias Didácticas Innovadoras: Recursos para la Formación y el Cambio*”. (Primera Edición).Madrid, España: Ediciones Octaedro.
- Díaz Barriga Arceo, F. y Hernández Rojas, G. (1998). “*Estrategias docentes para un aprendizaje significativo: Una interpretación Constructivista*”. (Primera Edición) México: Editorial Mc Graw Hill.

- Duch, B y Groh, S. (2004). *El Poder del Aprendizaje Basado en Problemas*. (1era Edición). Perú. Lima. Fondo Editorial Pontificia Universidad Católica del Perú.
- Echevarría, B. (2001). *Configuración de la profesionalidad*. Recuperado de: [https://www.researchgate.net/profile/Benito\\_Echeverria\\_Samanes/publication/263579839\\_CONFIGURACION\\_ACTUAL\\_DE\\_LA\\_PROFESIONALIDAD/links/00b4953b43dd2218c9000000/CONFIGURACION-ACT](https://www.researchgate.net/profile/Benito_Echeverria_Samanes/publication/263579839_CONFIGURACION_ACTUAL_DE_LA_PROFESIONALIDAD/links/00b4953b43dd2218c9000000/CONFIGURACION-ACT)
- Federov, A. (2006). *Siglo XXI, la Universidad, el Pensamiento Crítico y el Foro Virtual*. Recuperado de <https://rieoei.org/historico/deloslectores/1218Federov.pdf>
- Feo, R. (2010). *Consideraciones Básicas Referentes a las Estrategias Didácticas para la Construcción de una Práctica Docente Estratégica*. Recuperado de <files.estrategias2010.webnode.es/200000047.../1.%20Estrategias%20did.pdf>
- Flores Barboza, J. (2004). “*El Estudio de Casos: una estrategia didáctica siempre vigente*”. Lima, Perú: Editorial Universitaria, Universidad Ricardo Palma.
- García-Valcárcel Muñoz, A. (2001,) “*Didáctica Universitaria*”. (Última Edición).Madrid., España: Editorial la Muralla, Colección Aula Abierta
- Garza, R y Leventhal, S. (2000). “*Aprender Cómo Aprende*”. (2da Impresión). México: Editorial Trillas.
- Gibbons, M (1998). *Pertenencia de la educación superior en el siglo XXI*. Recuperado de: <https://www.fceia.unr.edu.ar/geii/maestria/2013/ADOLFO%20STUBRIN/BIBLIOGRAF%C3%8DA%202013/Lectura%205.%20Pertinencia%20de%20la%20educacion%20superior%20en%20el%20siglo%20XXI.pdf>
- Iglesias Fraga, Alberto. (2017). *Qué es el pensamiento crítico y por qué es fundamental para el negocio*. TicBeat. Recuperado de: <http://www.ticbeat.com/empresa-b2b/que-es-el-pensamiento-critico-y-por-que-es-fundamental-para-el-negocio>.

- Instituto Tecnológico y de Estudios Superiores de Monterrey. (2005) *“El Estudio de Casos como técnica didáctica”*. Recuperado de: <http://www.itesm.mx/va/dide2/documentos/casos.PDF>.
- Instituto Tecnológico y de Estudios Superiores de Monterrey. (2005) *“El Aprendizaje Basado en Problemas como técnica didáctica”*. Recuperado de: <http://www.ub.es/mercanti/abp.pdf>.
- Instituto Tecnológico y de Estudios Superiores de Monterrey. (2005) *“La exposición como técnica didáctica”*. Recuperado de: <http://www.uctemuco.cl/docencia/pioneros/docs/apoyo/La%20exposicion%20como%20tecnica%20didactica.pdf>.
- Jácome Ortega, Mariella.J & Lapo Maza, María del Carmen. (2015). *Integrado el Pensamiento Crítico en la Dirección de Empresas*. Vol 9(4), Pág. 31-35. Recuperado de: <https://dialnet.unirioja.es/descarga/articulo/6419726.pdf>
- Laiton Poveda, I. (2010). “Formación de pensamiento crítico en estudiantes de primeros semestres de educación superior”. *Revista Iberoamericana de Educación*. Recuperado de <https://rieoei.org/historico/deloslectores/3263Poveda.pdf>
- MAGIS-PUCP. (2006). *Sobre el Trabajo Colaborativo*. Lima. Pontificia Universidad Católica del Perú.
- Malagón Plata, L. (2005). *“Universidad y Sociedad: Pertinencia y educación Superior”*. Bogotá, Colombia: Cooperativa Editorial Magisterio.
- Ministerio de Educación. (2001). *“Guía de Evaluación de los Aprendizajes”, Material Auto instructivo*. Lima, Perú: Ministerio de Educación.
- Morales Basadre, R. (2005) *“¿Qué Educación? ¿Para qué desarrollo?”* Recuperado de: <http://www.fondep.gob.pe/que-educacion-para-que-desarrollo-2/>
- Nércici, I. (1991). *“Hacia una didáctica general dinámica”*. (10ma Edición).Argentina: Editorial Kapeluz.

- Ontoria Peña, A y Rubio Molina. (1996.). “*Los Mapas Conceptuales en el Aula*”. . Argentina: Editorial Magisterio del Rio de la Plata.
- Paul, R & Elder, L. (2005). *Una Guía para los Educadores en los Estándares de Competencia para el Pensamiento Crítico*. Fundación para el Pensamiento Crítico. Recuperado en: [https://www.criticalthinking.org/resources/PDF/SP-Comp\\_Standards.pdf](https://www.criticalthinking.org/resources/PDF/SP-Comp_Standards.pdf)
- Pinilla, Omar. (1999) “*Enfoque tecnológico de la Educación: Perfil del profesional Siglo XXI*”, OEI. Recuperado de: <http://www.oei.org.co/sii/entregal7/art07.htm>
- Restrepo Gómez, B. (2006). “Aprendizaje basado en problemas (ABP): una innovación didáctica para la enseñanza universitaria”. *Pedagogía Universitaria. Educación y Educadores*. Volumen (8). Recuperado de: <http://aquichan.unisabana.edu.co/index.php/eye/article/view/306/408>.
- Revilla Figueroa, D. (2005). “*Didáctica General*”. (Primera Edición). Lima, Perú: Editorial Pontificia Universidad Católica del Perú.
- Revista Latinoamericana de Estudios Educativos (2001). *La educación para todos para aprender a vivir juntos: contenidos y estrategias de aprendizaje; problemas y soluciones*. Volumen XXXI (4) ,127-156. Recuperado de <http://www.redalyc.org/pdf/270/27031406.pdf>.
- Sánchez Carlessi, Hugo. *La Comprensión Lectora, base del desarrollo del pensamiento crítico*. Revista Horizonte. Volumen (3) 4. Recuperado de: <https://dialnet.unirioja.es/descarga/articulo/5420514.pdf>.
- Speaking of Teaching (2001). *Aprendizaje Basado en Problemas*. Stanford University Newsletter on teaching Winter Vol. (11). No. 1.pp 1-8. Traducido por MAGIS PUCP 2002
- Speaking of Teaching. (1993). *Aprendizaje Activo: Logrando que los estudiantes trabajen y piensen en el aula*. Stanford University Newsletter on teaching Vol. (5) No.1.pp. 1-4. Traducido por MAGIS PUCP, 2002.

- Speaking of Teaching. (1994). *Enseñando con Estudio de Casos*. Stanford University Newsletter on teaching. Vol. (5) No.2. pp. 1-4. Traducido por MAGIS PUCP, 2002
- Tedesco, J. (1995). *“El Nuevo Pacto Educativo: Educación, competitividad y ciudadanía en la sociedad moderna”*. Madrid, España: Editorial Grupo Anaya. S.A.
- Tünnermann, C. (2003). *“La Universidad Latinoamericana ante los Retos del Siglo XXI”*. (1era edición). México. Unión de Universidades de América Latina AC.
- UNESCO, (1998) *“Educación Superior para una nueva sociedad: la visión de los estudiantes”*. Recuperado de: <http://www.unesco.org/education/educprog/wche/principal/stu-s.html>
- Universidad Peruana Cayetano Heredia. (2006). *“Curso de Investigación en Educación”*. Programa de complementación académica. Lima.



## 6. Anexos



## 6.1. Sílabo Anterior

### SILABO

Datos del Curso							
Código:	FC-ADM ADMNEG	Área / Programa de Coordinación:	Gestión / Ciencias Empresariales				
Curso:	ADMINISTRACIÓN PARA LOS NEGOCIOS						
Créditos:	4	Carga Horaria Semanal:	10	Horas de Aprendizaje Presencial:	4	Horas de Aprendizaje Autónomo:	6
Periodo:	2016 -1	Carga Horaria Total:	140				

Pre-requisitos del Curso	
Código	Descripción: Cursos y/o creditaje
-	Ninguno

Coordinadores del Curso			
Apellidos y Nombres	E-mail	Horario de Contacto	Lugar de Contacto
Javier Vidalón, Jorge Luis	<a href="mailto:jjavier@usil.edu.pe">jjavier@usil.edu.pe</a>	15:00 -18:00	Ciencias Empresariales, Campus 1

Docentes del Curso	
Apellidos y Nombres	E-mail

Sumilla
El curso de Administración para los Negocios es de naturaleza teórico - aplicativo, para los ciclos formativos del alumno, cuyo propósito es fomentar la actitud de emprendimiento y brindar herramientas de gestión que le permitan a los estudiantes implementar sus iniciativas empresariales en el futuro. El contenido del curso, incluye temas relacionados a los conceptos fundamentales de los negocios, cómo funcionan, de qué manera se organizan, quiénes administran dichos negocios y sus implicancias con el entorno. Asimismo, se pone énfasis en la herramienta del Plan de Negocios para evaluar una idea u oportunidad de negocio.

Competencias del Perfil Profesional	
1	Analiza, identifica y evalúa ideas de negocio, usando herramientas de marketing y económico-financieras a fin de determinar su viabilidad y contribución al logro de los objetivos organizacionales, considerando su impacto económico, social y medioambiental.

Competencias del Curso			
Número	Competencias generales del curso	Número	Competencias específicas del curso
1.	Analiza las principales funciones de las diferentes áreas de la empresa y del proceso administrativo.	1.1.	El alumno será capaz de describir las actividades de las principales áreas funcionales de una empresa y de diferenciarlas.
		1.2.	El alumno tendrá la capacidad de describir y aplicar cada etapa del proceso administrativo en una empresa.
2.	Identifica las ideas de negocio, tomando en cuenta factores sociales y ambientales.	2.1.	El alumno tendrá la habilidad de identificar, proponer y desarrollar ideas de negocios, a nivel de perfil.
		2.2.	El alumno será capaz de determinar la importancia e influencia de los factores micro y macro ambientales del entorno de una empresa.
3.	Identifica y usa las herramientas básicas de mercadeo para esbozar el Plan de Marketing.	3.1.	El alumno será capaz de desarrollar un Plan de Marketing que investigue y describa, a nivel de perfil, la demanda, la oferta y la comercialización para una idea de negocio.

POLÍTICAS ACADÉMICAS
<p><b>Artículo 26°:</b> La asistencia a clases teóricas, prácticas, laboratorios y talleres que sean parte del horario regular del curso es obligatoria y se registra cada hora. La asistencia de los alumnos a los cursos en modalidad virtual se sustenta a través del cumplimiento de las actividades de aprendizaje asignadas. Las clases programadas son dictadas en las fechas y horas previstas en el horario regular. Si por alguna eventualidad la clase programada no se puede desarrollar en el horario establecido, el docente, bajo su responsabilidad, debe reprogramar la clase o sustituirla con actividades de estudio virtuales, previo acuerdo con los alumnos y con aprobación de la Coordinación Académica del curso. En una reprogramación de clase, no deben realizarse evaluaciones ni control de asistencia.</p> <p><b>Artículo 27°:</b> El alumno que acumule treinta por ciento (30%) o más de inasistencias a clases, sobre el total de horas del curso, está imposibilitado de rendir el examen final o la evaluación final equivalente al mismo, la cual es definida por la Coordinación del curso, correspondiéndole en dicha evaluación la nota cero (0). En los cursos del idioma Inglés, el alumno que acumule 20% o más de inasistencias sobre el total de horas del curso, está imposibilitado de rendir el examen final. Otros cursos, que por su naturaleza exijan un menor porcentaje, deberán indicarlo en sus respectivos sílabos, previa aprobación del Vicerrectorado Académico. o se acepta la justificación de faltas.</p> <p><b>Artículo 28°:</b> El alumno debe revisar de manera permanente su récord de asistencia en el INFOSIL. En caso de encontrar discrepancia, dispone de un plazo máximo de 72 horas de registrada la misma en el INFOSIL para solicitar su revisión.</p>

Referencias Básicas y Complementarias de Lectura Obligatoria	
La Universidad San Ignacio de Loyola norma el uso de Referencias Básicas y Complementarias de Lectura Obligatoria como recurso de consulta que parte de la metodología y estrategia de aprendizaje dentro y fuera del aula de clases. La Biblioteca de la USIL promueve el uso de dicho material bibliográfico y/o electrónico, así como al inicio de cada periodo académico realiza actividades de difusión y orientación para el uso de los mismos.	
<b>Referencias Básicas:</b>	
(5) Robbins S. y Coulter M. (2014). Administración (12a. edición). México: Pearson Educación.	
<b>Referencias Complementarias de Lectura Obligatoria:</b>	
(1) Koontz H. Y Wehrich H. (2013). Elementos de administración. Un Enfoque internacional y de innovación (3ra. Edición). México: McGraw Hill Education. (2) Franco P. (2013). Planes de negocios: una metodología alternativa. Serie: Apuntes de Estudio No. 34. Lima: Universidad del Pacífico, Centro de Investigación. (3) Mateo Campoy D. (2010). Gestión Emprendedora. Estrategias y habilidades para el emprendedor actual. Ideas propias editorial (España). 1ra. Edición (4) Infante Alosilla, Juan. (2010). Casos de éxito No 8. Belcorp. Empresa Editora El Comercio. 1ra edición. Lima Perú / Luque Badenes, Julio. (2010). Casos de éxito No 4. Astrid y Gastón. Empresa Editora El Comercio. 1ra edición. Lima Perú / Lira Segura, Julio. (2010). Casos de éxito No 7. Graña y Montero. Empresa Editora El Comercio. 1ra edición. Lima Perú (6) Griffin, Ricky W. (2011). Administración (10 ma. edición). México: Cengage Learning. (7) Stettinius, W.; Wood, R.; Doyle, J. y Colley, J. (2010). Plan de Negocio. Cómo diseñar e implementarlo. (1ra. edición). Lima. Punto y coma editores S.AC. (8) Manual de Emprendedores (2010). Lima, Perú: Universidad San Ignacio de Loyola. (9) Armstrong, G.; Kotler, P.; Merino, J.; Pintado, T.; María Juan José. (2012). Introducción al marketing. Pearson Educación S.A., Madrid. (10) Mollán, E. Y Rojas, N. (2013). Fondo editorial Universidad San Ignacio de Loyola. Lima. Perú.	
(11)	
Campoy, D (2010). Gestión Emprendedora, estrategias y habilidades para el emprendedor actual. Ideas propias Editorial. Bogotá, Colombia.	

Cronograma de Contenidos y Actividades de Aprendizaje						
Sesiones	N° semana	N° horas	Tipo	Contenido	Actividades de Aprendizaje	Recursos
1	1	2	AP	<b>Introducción al curso.</b> Lectura del Silabo. Explicación de metodología, sistema de evaluación. Normas de la clase.	El profesor explica el Sílabo, su contenido, metodología y sistema de evaluación.	Recurso Simbólico: Silabo
	1	3	AA		Lectura de la bibliografía correspondiente a la semana 1. Lectura de noticias vigentes, seleccionadas por el profesor para que el alumno pueda conocer ideas actuales de negocios.	Recurso Simbólico: Textos o Libros
2	1	2	AP	<b>Plan de Negocios</b> Concepto e importancia. Usuarios internos y externos. Estructura general de un Plan de Negocios (para el Trabajo Final). Lineamientos para la Información General del proyecto.	El profesor presenta un video sobre cómo le benefició a alguien utilizar un Plan de Negocios. Los alumnos forman grupos de trabajo (elección de los integrantes). Luego, analizan diferentes ideas de negocios con las que podrían trabajar y discuten en equipo para elegir consensuadamente una idea con <b>CREATIVIDAD e INNOVACIÓN.</b>	Recurso Simbólico: Medio audiovisual: Video. Recurso Simbólico: Medio icónico: diapositivas. Consenso Razonado. Trabajo en Grupo (Papelógrafo).
	1	3	AA		<b>Elaboración y redacción del 1er. avance del Trabajo Final</b> 1. Presentación de integrantes. 2. Breve descripción de la idea de negocio. 3. Explicación de por qué es una buena idea y tendría éxito.	Trabajo en Grupo
Referencias:				(7) Páginas 73 a 75 (2) Capítulo 1, Páginas 17 a 22 (11) Capítulo 1, Página 1-10, 76-78		
3	2	2	AP	<b>Definición de la idea de un negocio</b> Quién lo administra - Gerentes y Administradores. Definición de Emprendedor. Características de un Gerente y un Emprendedor.	Definir el negocio y definir al emprendedor y al gerente o administrador que coordine y supervise el desarrollo del proyecto de negocio. Breve explicación del profesor sobre modelo de negocio CANVAS, relacionando la teoría con las ideas de negocio propuestas por los alumnos. Explicación de los conceptos de gerentes, administradores y emprendedor.	Recurso Simbólico: medio icónico: diapositivas. Intervenciones orales. Recurso Simbólico: medio visual: Texto y papelógrafo, plumones de papel y post it.
	2	3	AA		Leer el capítulo correspondiente a la semana. Resumir los puntos principales. Buscar en internet información sobre casos de emprendimiento e identificar los conceptos aprendidos en clase.	Recurso simbólico: Textos o Libros. Recurso simbólico: medio interactivo: Internet.

4	2	2	AP	<b>Plan de Negocios</b> Identificación de los Competidores Diferencia entre competidores directos e indirectos.	Presentación de un ejemplo real de parte del profesor que permita identificar competidores directos e indirectos. En grupos, los alumnos verifican su idea de negocio potenciándola desarrollando el Business Model CANVAS.	Recurso Simbólico: medio icónico: Papelógrafo y diapositivas. Intervenciones orales. Trabajo Grupal.
	2	3	AA	Análisis de puntos principales de los competidores más importantes.		Trabajo en Grupo.
Referencias:				(5) Capítulo 1, Páginas 2 a 18 (4) Belcorp, página 9-15 / (5) Astrid y Gastón, página 33-40 / (6) Graña y Montero, página 27-36 (2) Capítulo 12, Páginas 193 a 198		
5	3	2	AP	<b>Identificación de oportunidades de negocios.</b> Por el lado de la Oferta. Por el lado de la Demanda. Entorno de la empresa.	Los alumnos leen parte del Manual de emprendedores respecto a las formas para identificar oportunidades de negocio. Luego, forman grupos para desarrollar ejemplos de cada forma para identificar negocios. Discusión en clase con el profesor. El profesor elaborará un ejemplo del análisis FODA.	Recurso Simbólico: Medio visual: Manual de Emprendedores. Trabajo en grupo. Intervenciones orales. Recurso Simbólico: medio icónico: diapositivas.
	3	3	AA	Análisis FODA.	Enumerar los elementos que forman parte del entorno de la empresa del Plan de Negocios. Elaborar el análisis FODA de la empresa propuesta en su Plan de Negocios.	Trabajo en Grupo.
6	3	2	AP		Los alumnos desarrollan la Práctica de manera individual; estará compuesta por un caso aplicativo y preguntas conceptuales.	Recurso Simbólico: Medio visual: texto.
	3	3	AA	<b>Práctica N° 1</b>	Lectura anticipada referida a la siguiente semana. Resumir las ideas principales. Buscar información en Internet acerca de una empresa y aspectos visibles sobre la planeación que realiza.	Recurso Simbólico: Textos o libros.
Referencias:				(6) Capítulo 3, Páginas 62 a 83 (1) Capítulo 5, Páginas 109-110, 113		
7	4	2	AP	<b>Proceso Administrativo PLANEACIÓN</b>	Los alumnos leen un caso. Análisis, discusión y resolución del caso en forma grupal. Exposición breve de un representante de cada grupo.	Recurso Simbólico: Medio visual: texto. Trabajo en Grupo. Consenso razonado.
	4	3	AA	¿Qué es la Planeación? ¿Por qué planean los gerentes? ¿Cómo planean los gerentes? Tipos de Planeación	<b>Elaboración y redacción del 2do avance del Trabajo Final</b> 1. Enumerar los competidores directos 2. Enumerar los competidores indirectos 3. Describir a los competidores principales. 4. Enunciado de visión 5. Planeación Estratégica 6. Planeación Táctica	Trabajo en Grupo.

8	4	2	AP	<b>Plan de Negocios</b> Plan de Marketing. Segmentación de Mercado. Identificación del Mercado Objetivo.	El profesor explica los diferentes tipos de segmentación. El profesor y los alumnos elaboran un ejemplo de segmentación en clase sobre un producto o servicio conocido. Utilizando la segmentación, los alumnos identifican el mercado objetivo para su producto o servicio del Plan de Negocios.	Recurso Simbólico: medio icónico: diapositivas. Trabajo en Grupo.
	4	3	AA		Lectura anticipada referida a la siguiente semana. Resumir las ideas principales. Investigar en internet sobre organigramas de diferentes empresas.	Recurso simbólico: Textos o Libros. Recurso simbólico: medio interactivo: Internet.
Referencias:				(5) Capítulo 7, Páginas 218-230 (6) Capítulo 3, páginas 81 y 82 (2) Capítulo 6, Páginas 101 a 113		
9	5	2	AP	<b>Proceso Administrativo ORGANIZACIÓN</b> Fundamentos de la estructura organizacional Especialización del Trabajo Departamentalización Autoridad Organigrama	Los alumnos analizan un caso en grupos, que permita elaborar la estructura organizacional de la empresa. Luego, dibujan el organigrama.	Recurso Simbólico: Medio visual: texto. Trabajo en Grupo.
	5	3	AA			Trabajo en Grupo.
10	5	2	AP	<b>Plan de Negocios</b> Plan de Marketing Variable Producto: Paquete de valor, descripción del producto o servicio. Ciclo de Vida del Producto.	El profesor llevará a clase un producto y describirá su paquete de valor en conjunto con los alumnos. Luego, los alumnos trabajan en grupos la descripción del paquete de valor del bien o servicio de su Plan de Negocios.	Recurso Simbólico: Medio visual: Producto. Trabajo en Grupo.
	5	3	AA		Lectura anticipada referida a la siguiente semana. Resumir los puntos principales. Investigar en internet sobre alguna teoría motivacional.	Recurso simbólico: Textos o Libros. Recurso simbólico: medio interactivo: Internet.
Referencias:				(5) Capítulo 11, Páginas 330 a 346 (9) Capítulo 7, Páginas 162 a 172		
11	6	2	AP	<b>Proceso Administrativo DIRECCIÓN</b> Liderazgo Comunicación Interpersonal y Barreras a la comunicación eficaz Comunicación organizacional Motivación: Primeras teorías	El profesor plantea un caso para ser escenificado en la clase. Asigna diferentes mensajes a algunos alumnos y diferentes barreras de comunicación a otros. Permite la interacción entre todos los alumnos y luego, puntualiza los resultados (problemas) y pregunta cómo se pueden solucionar los problemas.	Recurso Simbólico: Medio visual: texto. Participación activa.
	6	3	AA		Trabajar en grupos la resolución de un caso aplicativo que el profesor entregará, la misma que <b>será calificada como la Práctica N° 2</b> . Se entregará en la Semana 7 y se desarrollará en un máximo de 10 hojas.	Recurso Simbólico: Medio visual: texto. Trabajo en Grupo.

12	6	2	AP	<b>Plan de Negocios</b> Plan de Marketing Variable Precios: Importancia. Qué factores se consideran para fijarlos. Estrategias de Precios.	Presentación de ejemplos reales de empresas, marcas, productos y servicios, de parte del profesor. Los alumnos identifican las estrategias de precios y las herramientas promocionales utilizadas en cada caso.	Recurso Simbólico: medio icónico: diapositivas. Intervenciones orales.
	6	3	AA	Variable Promoción: Herramientas promocionales Herramientas para negocios nuevos.	Trabajar en grupos la resolución de un caso aplicativo que el profesor entregará, la misma que <b>será calificada como la Práctica N° 2</b> . Se entregará en la Semana 7 y se desarrollará en un máximo de 10 hojas.	Recurso Simbólico: Medio visual: texto. Trabajo en Grupo.
Referencias:				(5) Capítulo 18, Páginas 534 a 553 Páginas 302-305 Y 319-321 (5) Capítulo 16, Páginas 476 a 497 (5) Capítulo 17, Páginas 504 a 526 (9) Capítulo 9, Páginas 220 a 226 (9) Capítulo 12, Páginas 290 a 295 <span style="float: right;">(6)Capítulo 15,</span>		
13	7	2	AP	<b>Proceso Administrativo CONTROL</b>	Los alumnos analizan un caso en grupos, que permita identificar cómo una empresa realiza su proceso de control. Luego, el profesor plantea una situación que requiera diseñar un proceso de control para que los alumnos lo resuelvan.	Recurso Simbólico: Medio visual: texto. Trabajo en Grupo.
	7	3	AA	Definición e importancia Proceso de control Enfoques y herramientas para el control	<b>Elaboración y redacción del 3er avance del Trabajo Final</b> 1. Análisis FODA de la empresa 2. Análisis FODA de un competidor directo 3. Segmentación y Mercado Objetivo 4. Descripción del producto o servicio 5. Fijación de precios 6. Elección de la mezcla promocional apropiada	Trabajo en Grupo.
14	7	2	AP	<b>Plan de Negocios</b> Plan de Marketing Variable Plaza: ¿En que consiste la distribución?	Presentación de un video que muestre en qué consiste la distribución así como diferentes aspectos de la distribución como almacenamiento, transporte, etc. Los alumnos analizan diferentes aspectos de la distribución para entender lo que está implicado.	Recurso Simbólico: Medio audiovisual: Video. Intervenciones orales.
	7	3	AA	Distribución directa e indirecta. Ventajas y Desventajas.	Leer el capítulo correspondiente a la semana. Resumir los puntos principales. Repasar los puntos principales de las semanas anteriores.	Recurso Simbólico: Textos o Libros.
Referencias:				(5) Capítulo 10, Páginas 264 a 286 (5) Capítulo 17 Páginas 411 a 419 (9)Capítulo 10, Páginas 252 a 261		
15	8	2	AP	Retroalimentación y resolución del Examen Parcial. Retroalimentación de los avances del Plan de Negocios.	El profesor identifica los aspectos débiles de las respuestas al examen. Elabora las respuestas del examen, con ayuda de los mismos alumnos. Luego, muestra aspectos que deben mejorar del Plan de Negocios y genera conciencia de hasta dónde deberían tenerlo avanzado.	Diálogo. Recurso Simbólico: medio icónico: diapositivas.
	8	3	AA		Leer el capítulo correspondiente a la semana. Resumir los puntos principales. Preparar una sencilla exposición sobre la estructura organizacional de su Plan de Negocios.	Recurso Simbólico: Textos o Libros. Recurso Simbólico: medio icónico: diapositivas. Trabajo en Grupo.

16	8	2	AP	<b>Plan de Negocios</b> Plan Organizacional Elaboración del Organigrama. Análisis de Puestos.	Los alumnos deberán exponer sus propios organigramas. El resto de la clase plantea preguntas y detecta errores en ellos. El profesor deberá presentar otros más que tengan errores o necesiten mejoras, para ser expuestos en clase. En grupos, los alumnos realizan el análisis completo de tres puestos de trabajo, para su Plan de Negocios.	Participación Activa. Recurso Simbólico: medio icónico: diapositivas. Trabajo en Grupo.
	8	3	AA			Trabajo en Grupo.
Referencias:				(1) Capítulo 11, Páginas 210 a 215 y 222 a 224 y 225 a 228 y 229 a 232		
17	9	2	AP	<b>Áreas Funcionales</b> Importancia de cada área y cómo se interrelacionan. Área de Marketing (énfasis de lo visto en el tema de Plan de Marketing) Área de RRHH (énfasis de lo visto en el tema de Organización)	En grupos, los alumnos analizan un caso que permita identificar cómo una empresa tiene diferentes áreas que se interrelacionan entre ellas. Actividad en la que los alumnos asumen roles de Gerentes de cada área funcional y argumentan la importancia de éstas.	Recurso Simbólico: Medio visual: Texto. Trabajo en Grupo.
	9	3	AA		Lectura de capítulos relacionados. Elaborar un resumen de las lecturas. Repasar los puntos principales del resumen.	Recurso simbólico: Textos o Libros.
18	9	2	AP	<b>Plan de Negocios</b> Plan de Operaciones Detallar los requerimientos necesarios para iniciar el negocio. Relacionar los requerimientos con los costos implicados en adquirirlos. Formular el proceso de operaciones.	El profesor presenta un video que permita elaborar con ayuda de los alumnos el proceso operativo de un producto y/o servicio. En grupos, los alumnos realizan la descripción del proceso para su Plan de Negocios.	Recurso Simbólico: Medio audiovisual: Video. Trabajo en Grupo.
	9	3	AA			Trabajo en Grupo.
Referencias:				(2) Capítulo 2, Páginas 42 y 43 (9) Capítulo 5, Páginas 110 a 116 y 118 a 121 (8) Capítulo 3, Páginas 31 a 33; Capítulo 4, Páginas 51 a 54		
19	10	2	AP		Los alumnos leen, analizan, discuten y resuelven un caso en forma grupal. Exposición breve de un representante de cada grupo.	Recurso Simbólico: Medio visual: Texto. Trabajo en Grupo.
	10	3	AA	<b>Áreas Funcionales</b> Área de Operaciones Abastecimiento (compras). Capacidad. Ubicación. Transporte. Almacenamiento.	<b>Terminar la elaboración y redacción del 4to avance del Trabajo Final</b> 1. Organigrama (versión final) 2. Análisis de cada puesto de trabajo 3. Asignación de los sueldos 4. Cuadros con el detalle de los requerimientos: - Materias primas - Maquinaria y equipos - Muebles * Plantear cada requerimiento con su costo monetario.	Trabajo en Grupo.

20	10	2	AP		Los alumnos desarrollan la Práctica de manera individual; estará compuesta por un caso aplicativo y preguntas conceptuales.	Recurso Simbólico: Medio visual: Texto.
	10	3	AA	<b>Práctica N° 3</b>	Lectura anticipada referida a la siguiente semana. Resumir los puntos principales. Preparar una sencilla exposición sobre lo avanzado del Plan de Operaciones.	Recurso simbólico: Textos o Libros. Recurso Simbólico: medio icónico: diapositivas.
Referencias:		(5) Capítulo 18, Páginas 424, 426 a 431 (1) Capítulo 20, Páginas 407 a 413, 420				
21	11	2	AP	<b>Áreas Funcionales</b> Área de Contabilidad Principios básicos Área de Finanzas	Los alumnos deberán exponer sus avances del Plan de Operaciones. El profesor orientará la aplicación de los conceptos utilizando la información de los Planes de Negocios presentada por los alumnos.	Recurso Simbólico: medio icónico: diapositivas. Intervenciones Orales.
	11	3	AA	Inversión, Ingresos y Egresos.	Lectura de capítulos relacionados. Elaborar un resumen de las lecturas. Identificar las cantidades de dinero de su Plan de Negocios que permitirían armar un flujo de caja.	Recurso simbólico: Textos o Libros.
22	11	2	AP	<b>Plan de Negocios</b> Plan Financiero	Desarrollar un ejemplo que permita elaborar un flujo de caja entre el profesor y los alumnos. Luego, el profesor plantear un ejercicio para ser resuelto en grupos.	Recurso Simbólico: medio icónico: diapositivas. Intervenciones Orales. Trabajo en Grupo.
	11	3	AA	Elaboración de Flujo de Caja simple	<b>Elaboración y redacción del 5to avance del Trabajo Final</b> - Flujo de caja / - Presentación final del lienzo CANVAS y comparación con el lienzo presentado a inicios de ciclo.	Trabajo en Grupo.
Referencias:		(10) Capítulo 8, Páginas 634 a 637 y 642 a 656 (8) Capítulo 5, Páginas 61 a 63				
23	12	2	AP	Revisión y retroalimentación de los avances del Plan de Negocios.	El profesor mostrará aspectos que se deben mejorar o completar del Plan de Negocios. Luego, revisará el flujo de caja de cada Plan de Negocios.	Diálogo.
	12	3	AA		Completar el Trabajo Final: Resumen Ejecutivo, Conclusiones, Índice, etc. Revisión y corrección de errores, formato apropiado, ortografía, etc.	Trabajo en Grupo.
24	12	2	AP	Culminar la revisión de los avances del Plan de Negocios. Indicaciones finales para el Trabajo Final y las exposiciones.	El profesor revisará el flujo de caja de cada Plan de Negocios. Precisar los aspectos que se evaluarán de las exposiciones. Finalmente, dará lineamientos específicos sobre cómo estructurarlas.	Diálogo.
	12	3	AA	Revisión, corrección y orientación finales.	Completar el Trabajo Final: Resumen Ejecutivo, Conclusiones, Índice, etc. Revisión y corrección de errores, formato apropiado, ortografía, etc.	Trabajo en Grupo.

25	13	2	AP	Exposiciones Grupales del Trabajo Final	Los alumnos explicarán, en grupos, los aspectos más importantes de su trabajo. El resto de clase deberá plantear preguntas al final de cada exposición. El profesor también lo hará, profundizando en la aplicación <u>correcta</u> de los conceptos.	Recurso Simbólico: medio icónico: diapositivas. Participación Activa.
	13	3	AA		Estudiar los puntos principales de las semanas 8 a 12, esquematizando lo aprendido, a modo de preparación para el Examen Final.	Esquema o mapa conceptual.
26	13	2	AP	Exposiciones Grupales del Trabajo Final	Los alumnos explicarán, en grupos, los aspectos más importantes de su trabajo. El resto de clase deberá plantear preguntas al final de cada exposición. El profesor también lo hará, profundizando en la aplicación <u>correcta</u> de los conceptos.	Recurso Simbólico: medio icónico: diapositivas. Participación Activa.
	13	3	AA		Estudiar los puntos principales de las semanas 8 a 12, esquematizando lo aprendido, a modo de preparación para el Examen Final.	Esquema o mapa conceptual.
27	14	2	AP	Exposiciones Grupales del Trabajo Final	Los alumnos explicarán, en grupos, los aspectos más importantes de su trabajo. El resto de clase deberá plantear preguntas al final de cada exposición. El profesor también lo hará, profundizando en la aplicación <u>correcta</u> de los conceptos.	Recurso Simbólico: medio icónico: diapositivas. Participación Activa.
	14	3	AA		Estudiar los puntos principales de las semanas 8 a 12, esquematizando lo aprendido, a modo de preparación para el Examen Final.	Esquema o mapa conceptual.
28	14	2	AP	Exposiciones Grupales del Trabajo Final	Los alumnos explicarán, en grupos, los aspectos más importantes de su trabajo. El resto de clase deberá plantear preguntas al final de cada exposición. El profesor también lo hará, profundizando en la aplicación <u>correcta</u> de los conceptos.	Recurso Simbólico: medio icónico: diapositivas. Participación Activa.
	14	3	AA		Estudiar los puntos principales de las semanas 8 a 12, esquematizando lo aprendido, a modo de preparación para el Examen Final.	Esquema o mapa conceptual.

#### Metodología

La metodología de este curso es activa pues requiere que el alumno se integre a cada clase y participe, lo cual no solo le beneficiará personalmente sino que sus grupos de trabajo se enriquecerán. También se utilizará una metodología inductiva y deductiva. El profesor orientará su enseñanza de forma tal que los alumnos puedan entender los conceptos de forma clara y evidente, o de forma secuencial y lógica.

#### Esquema de Evaluación

Cada uno de los rubros del esquema de evaluación y la nota final del curso son redondeados a números enteros. La nota final del curso es el promedio ponderado de los rubros de **evaluación permanente**, **examen parcial** y **examen final**.

N°	Rubros del Esquema de Evaluación	Ponderación
1	Evaluación Permanente	60%
2	Examen Parcial	20%
3	Examen Final	20%

Evaluación Permanente							
Tipo de Evaluación	Ponderación Desagregada (de la Evaluación Permanente) (60%)	N°	Ponderación Desagregada (por Tipo de Evaluación)		Sem.	Fecha	Evaluaciones a rezagar
			Descripción	(%)			
Prácticas Calificadas	30	1	Práctica Calificada 1	35	3		SI
		2	Práctica Calificada 2, relacionado al AA	30	7		NO
		3	Práctica Calificada 3	35	10		SI
No se elimina la nota de ninguna Práctica Calificada. El promedio de las Prácticas Calificadas se redondea a dos decimales.							
Trabajos	30	1	Trabajo Escrito	50	14		NO
		2	Exposiciones	50	14		NO
No se elimina la nota de ningún Trabajo. El promedio del Trabajo Escrito y Exposiciones se redondea a dos decimales.							
Informes	40	1	Promedio de Avances	50	12		NO
		2	Promedio de Participación Activa	50	14		NO
No se elimina la nota de ningún Informe. El promedio de los Avances y de Participación Activa se redondea a dos decimales.							

Normas Específicas
<ol style="list-style-type: none"> <li>1. El Profesor tomará asistencia todas las horas de clase, por lo que el alumno debe ser responsable de controlar sus propias inasistencias. No existe la opción a registrar tardanzas; si el alumno no está cuando el profesor registra la asistencia, se considera al alumno como ausente.</li> <li>2. En las fechas en las que se toman evaluaciones, como son las Prácticas Calificadas, ningún alumno podrá ingresar al salón después que el profesor haya repartido la Práctica.</li> <li>3. Una vez elegido el grupo con el que se desarrollará el trabajo final, no se permiten cambios ni separaciones del mismo. La única excepción que se permite, es cuando existen alumnos que se retiren del curso.</li> <li>4. Una vez elegida la idea del Plan de Negocios, no habrá opción a ser modificada.</li> <li>5. Por ningún motivo se aceptará que el trabajo final se desarrolle de forma individual. El número de integrantes es mínimo 4 y máximo 8.</li> <li>6. Si el alumno no respeta las normas de disciplina dentro de clases, el profesor puede sancionarlo pidiéndole incluso que se retire de la misma.</li> </ol>

Normas Generales
<p><b>Artículo 39°:</b> El alumno que no rinda una de las evaluaciones que forman parte de la Evaluación Permanente podrá rezagar solo una de estas, siempre y cuando así lo indique el sílabo. El Calendario Académico indica la fecha límite de solicitud de evaluación rezagada, la fecha de pago del derecho de rezago y las fechas en que se rinde. Esta evaluación abarca todos los temas desarrollados en el sílabo del curso y reemplazará a la evaluación no rendida.</p> <p><b>Artículo 40°:</b> El alumno que no rinda el examen parcial o final en la fecha programada podrá rendir una prueba rezagada, cuya nota reemplazará a la del examen no rendido. Tendrá un plazo de 2 días calendario a partir del día siguiente de la inasistencia para solicitar, vía INFOSIL, su examen rezagado, cumpliendo con el pago correspondiente.</p> <p><b>Artículo 41°:</b> Las evaluaciones se rinden de manera presencial y obligatoriamente dentro de las instalaciones del Campus de la Universidad o en las sedes autorizadas por el Vicerrectorado Académico para tal fin, previa comunicación a los alumnos si dicha sede no fuere el lugar donde usualmente estudian. Se exceptúan las evaluaciones del Campus Virtual. Los exámenes parciales y finales de los cursos <i>e-learning</i> se rinden de manera presencial en las locaciones que la Universidad designe.</p> <p><b>Artículo 67°</b> Para solicitar la revisión y reconsideración de una evaluación, se deben realizar los siguientes procedimientos:</p> <ol style="list-style-type: none"> <li>a. Para Evaluación Permanente (prácticas, controles, laboratorios, etc.) y Exámenes Parciales: Completar la solicitud <b>Revisión y Reconsideración de Notas (F-405)</b> en el momento de la devolución por parte del docente. En caso proceda, el docente solicitará la rectificación correspondiente. La respuesta de la reconsideración tiene carácter inapelable.</li> <li>b. Para Exámenes Finales: Terminados los exámenes finales, así como los exámenes finales rezagados, la oficina de Servicios Académicos programa la devolución de los mismos a través de un <b>Rol de Devoluciones</b>. Solo durante la fecha, la hora y el lugar programado, el alumno podrá tramitar formalmente su revisión y reconsideración, si hubiera lugar a ello, llenando la <b>Solicitud de Revisión y Reconsideración de Notas (F-405)</b> proporcionada por los encargados de la devolución, dentro del aula y con el sustento válido. <b>Este formato deberá llenarse con el sustento adecuado para tomar en consideración el reclamo.</b> La respuesta de la reconsideración tiene carácter inapelable.</li> </ol>
<b>Referencias Complementarias de Lectura No Obligatoria</b>
NINGUNA

## 6.2. Patrón para la Evaluación del Sílabo

ANEXO 2: PATRÓN PARA LA EVALUACIÓN DE LOS SILABOS

Componente	Indicadores	Valores	Total
1. Datos Administrativos	• Código	0.25	
	• N° de créditos	0.25	
	• N° de horas T/P	0.25	
	• Requisito/Profesores	0.25	
2. Sumilla del Plan Curricular	• Naturaleza de la asignatura	1.0	
	• Propósitos generales	1.0	
	• Síntesis del contenido.	1.0	
3. Aspectos del Perfil Profesional que apoya la asignatura.	• Aparecen menciones del Perfil.	1.0	
	• Suficiencia de menciones	1.0	
4. Objetivos o Competencias	• Formulados en términos de aprendizaje.	1.5	
	• Referidos a conocimientos, habilidades y actitudes	1.5	
5. Programación de los contenidos y actividades	• Coherencia con los objetivos o competencias.	1.0	
	• Cobertura total de la sumilla	1.0	
	• Programación semanal	1.0	
5.1. Técnicas didácticas	• Participativas	1.0	
	• Activas	1.0	
5.2 Equipos y materiales	• Variados	1.0	
5.3 Referencias	• Actualidad (50% posterior a 2005).	1.0	
	• Suficiencia (al menos 3 textos y 3 direcciones electrónicas por unidad temática).	0.5	
	• Datos completos de las fuentes	0.5	
6. Evaluación	• Criterios explícitos	1.0	
	• Variedad de procedimientos	1.0	
	• Empleo del aula virtual	1.0	
<b>PUNTAJE TOTAL 20</b>			

**Nota:** La escala del patrón tiene tres valores. Se asigna tres puntos a los componentes estructurales, 2 a los de apoyo y 1 a los datos administrativos. Se asigna 0 en el caso en que el componente no ha sido tomado en cuenta o no posee ningún indicador de calidad

---

Elaborado por el Dr. José Clemente Flores Barboza

Cuadro elaborado en base a Flores Barboza, José, 2004

### 6.3 Caso de Richard Branson



#### Richard Branson: Un emprendedor Hippie

Richard Branson es el tercer hombre más rico de Gran Bretaña. Su compañía, Virgin, incluye líneas aéreas, bebida de cola y una empresa de vestidos de novia. Posee más de 2400 millones de dólares de fortuna, una sala de lujo privada de billar en las Islas Vírgenes (una de esas islas es de su propiedad), una mansión en Mallorca y un lujoso domicilio en Londres. Él ha demostrado que se puede disfrutar enormemente a la vez que se crea un imperio empresarial.

Branson no acabó sus estudios. De hecho, se confiesa como un mal estudiante, quizás debido a su dislexia, aunque esta pequeña discapacidad que tiene fue también el origen de su afán de superación, demostrado en otros ámbitos.

Su primer negocio, a los 15 años, en el año 1968, consistió en la edición de una revista para hippies. Ni corto ni perezoso, utilizaba la cabina de su escuela para vender publicidad con todo el descaro, consiguiendo fondos suficientes para financiar su revista. Eran los últimos años 60, y pocos supieron combinar el espíritu hippie con los negocios como Richard Branson, que creó una “comuna empresarial” en la que música, fiestas, cultura y sexo libre convivían con un peculiar sentido de empresa. “Student”, para la que el joven Branson consiguió entrevistas con personalidades como Mick Jagger y artículos de escritores como Jean-Paul Sartre, se convirtió en un fenómeno generacional y dio paso a otras iniciativas empresariales estrechamente relacionadas. Branson, usted llegará a ser millonario... o acabará en la cárcel, le predijo uno de sus profesores cuando siendo un joven estudiante consiguió vender 50.000 ejemplares del primer número de “Student”, la primera revista británica para jóvenes

Su motivación no fue nunca ser un hombre de negocios, o un emprendedor. Él tan sólo quería, crear algo que le interesaría profundamente y de lo que sentirse orgulloso. Los negocios vinieron como consecuencia de ello.

Paralelamente a la edición de la revista, creó un grupo de apoyo para dar respuestas a los estudiantes que escribían a su revista pidiendo consejo y ayuda por distintos motivos. Dicho centro sigue funcionando. Branson, cree que si se hace dinero con un negocio, es justo tener iniciativas que devuelvan parte de los beneficios a quienes lo originaron.

Su siguiente negocio fue una pequeña tienda de discos a la que llamaron “Virgin Records, (“Virgin” o virgen, adjetivo que hacía referencia a su inexperiencia en el sector) una empresa discográfica. Primero por correo y luego desde establecimientos comerciales. En ella Branson se inició con el acierto de grabar a un joven absolutamente desconocido por entonces llamado Mike Olfield... ¡cuyo primer disco -“Tubular Bells”- vendería la escalofriante cifra de 7 millones de copias! Le seguirían fenómenos como los Sex Pistols, Boy George, Janet Jackson o los mismísimos Rolling Stones.

No quedó ahí la cosa. Siguieron la expansión internacional de las “Virgin Megastores” (grandes centros de venta de música, libros y vídeos). Branson revolucionó el sector de la venta de discos introduciendo las primeras tiendas de ambiente informal y acogedor en las que se invitaba a los clientes a pasar horas escuchando las últimas novedades musicales. Las tiendas Virgin se convirtieron en espacios de culto tan repletos como los pubs de moda.

En 1973, con sólo 23 años, Branson ya había prosperado lo suficiente como para tener una cadena de tiendas llamadas Virgin Records, unos estudios de grabación y un sello discográfico. Hoy en día, Virgin Atlantic, iniciativa criticada por muchos, se ha convertido en uno de los modelos del sector de las aerolíneas y ha dado pie a Virgin Express (con sede en Bruselas) y Virgin Blue (de Australia).

Aunque dos de sus empresas, Virgin Express y Victory (de ropa y cosméticos) se comercian públicamente, Branson prefiere que permanezcan privadas. A él le gusta ir de inversión en inversión. Por eso el Grupo Virgin opera como una firma ecléctica de capital de riesgo y cada empresa tiene independencia y su propia estrategia.

Con una fortuna estimada de 600.000 millones de pesetas, Branson no ha renunciado al peculiar estilo desenfadado y valiente de aquella primera comuna hippie: es tan fácil verlo disfrazado de drag-queen para promocionar su línea aérea, como verle seriamente enfrascado en su deseo de gestionar las loterías británicas y destinar todos los beneficios a obras de caridad.

En sus ratos libres, Branson se ha dedicado a batir récords de velocidad y distancia en globo aerostático -afición que por poco le cuesta la vida-, a organizar una misión de rescate de rehenes en Irak durante la Guerra del Golfo, a disfrutar de su propia isla caribeña o a escribir libros –aún no traducidos al español- como “Perdiendo mi Virginidad: Cómo he sobrevivido, me he divertido y he hecho una fortuna haciendo negocios a mi manera”... el título lo dice todo.

Branson no recomienda que se siga su ejemplo de no terminar los estudios, ya que muchas aventuras de emprendedores acaban fracasando y es bueno tener una segunda oportunidad.

### **Preguntas:**

1. ¿Qué características tiene la personalidad de Branson para que sea conocido como un emprendedor? ¿Qué motivaciones tiene o tuvo Branson para llegar a ser quién es? Identifique las características y analice por qué estas son propias de un emprendedor.
2. ¿Qué elementos tomó en cuenta Branson, para encontrar sus ideas de negocio? Explique brevemente. (Manual del Emprendedor.
3. ¿Qué mitos sobre los empresarios se pueden relacionar con Richard Branson? Explique brevemente, cada uno. ¿Cuáles fueron las causas de su éxito? Sustente su respuesta basándose en la teoría estudiada en clase y el libro.
4. ¿Por qué un gobierno debe motivar a los emprendedores?