

Universidad José Carlos Mariátegui

FACULTAD DE CIENCIAS JURÍDICAS, EMPRESARIALES Y
PEDAGÓGICAS



**PLAN DE ESTUDIOS DE LA ESCUELA
PROFESIONAL DE:**

*Ciencias Administrativas y Marketing Estratégico
2016-2018*

Adecuado a la nueva Ley Universitaria N° 30220 (Art. 39 al 42 y conexas)

APROBADO MEDIANTE
RESOLUCIÓN N° -CF-FCEP-UJCM
RESOLUCIÓN N°-CU-UJCM

MOQUEGUA-PERÚ

CONTENIDO

- I. BASE LEGAL
- II. JUSTIFICACIÓN
- III. FUNDAMENTACIÓN
- IV. PROPÓSITO DE LA FORMACIÓN
- V. PERFIL DE INGRESANTE
- VI. REQUISITOS DEL INGRESO
- VII. PERFIL DEL EGRESADO
- VIII. DISTRIBUCIÓN DE ASIGNATURAS POR ÁREAS
- IX. PLAN DE ESTUDIOS
- X. MALLA CURRICULAR
- XI. SUMILLAS DE LAS ASIGNATURAS
- XII. ESQUEMA DE SILABO PARA LAS ASIGNATURAS Y UNIDADES DIDÁCTICAS
- XIII. LINEAMIENTOS METODOLÓGICOS DE ENSEÑANZA-APRENDIZAJE
- XIV. LÍNEAS DE INVESTIGACIÓN
- XV. PRACTICAS PRE PROFESIONALES E INTERNADO
- XVI. CONVENIOS PARA PRACTICAS PREPROFESIONALES E INTERNADOS
- XVII. SERVICIO DE EXTENSIÓN UNIVERSITARIA Y PROYECCIÓN SOCIAL
- XVIII. SISTEMA DE EVALUACIÓN
- XIX. GRADUACIÓN Y TITULACIÓN
- XX. DIRECTOR DE LA CARRERA PROFESIONAL
- XXI. PLANA DOCENTE
- XXII. INFRAESTRUCTURA Y EQUIPAMIENTO
- XXIII. EQUIPO Y RECURSOS DIDÁCTICOS

I. BASE LEGAL

Ley Universitaria N° 30220

Estatuto de la Universidad José Carlos Mariátegui

Ley N° 23153 de Creación de la Universidad Privada de Moquegua

Ley N° 28436, por la que se modifica la denominación a Universidad José Carlos Mariátegui

Resolución N° 1036-94-ANR, que autoriza la creación y funcionamiento de la Carrera Profesional de Contabilidad en la Universidad Privada de Moquegua

Oficio Circular N° 0079-2015-FCJEO-UJCM por el que el Decano de la Facultad de la FACJEP requiere el Plan de Estudios modificado, considerando los estudios generales.

II. JUSTIFICACIÓN

En las últimas décadas el país ha incursionado en los tratados de libre comercio con Estados Unidos de Norteamérica, la Unión Europea y otros países; en contrapartida, la inversión extranjera en el país ha crecido, insertándose de esta manera en el mercado mundial. Es más, pese a la globalización, la economía peruana ha respondido con mejor performance la reciente crisis mundial, ha crecido al 6% en el año 2012, ligeramente inferior en el primer trimestre de 2013 respecto a igual periodo anterior, según Castilla Ministro de Economía y Finanzas (La República, 31.05.2013).

La globalización exige mejorar aún más la performance a las unidades económicas (empresas, entidades públicas, otras organizaciones) para competir con unidades económicas más eficientes, eficaces, responsables, etc., de otras latitudes, en particular de los países mejor desarrollados como Estados Unidos, los países de la Unión Europea, Japón y otros países del lejano oriente; o Chile o México, en América Latina. El Perú se encuentra en el puesto 43 de 60 países en el ranking de competitividad mundial (Gestión, 20.06.2013). Mejorar la performance implica disponer de mejores cuadros de gerentes, gestores y personal administrativo.

La administración, según la encuesta virtual que ha realizado Universidad (03.08.2011) a 520 usuarios, para el 91% es la carrera que más aporta al desarrollo del país; aunque el 33% considera que hay superpoblación de estos profesionales, el 28% que la enseñanza que imparten las universidades es de baja calidad, el 20%

que la enseñanza es muy amplia y general y el 13% que demanda de estos profesionales es baja; pero ¿por qué muchos postulantes optan por administración? Para el 44% es un complemento a otras profesiones, para el 37% crea habilidades para emprender, para el 9% permite obtener buenos ingresos y el 4% no supo que estudiar (<http://www.forosperu.net/showthread.php?t=191076>).

Evidentemente otra razón que justifica el crecimiento de la demanda de los estudiantes por esta carrera, además del crecimiento económico del país, es el consecuente incremento de las transferencias de los fondos públicos a los gobiernos regionales y municipales.

III.FUNDAMENTACIÓN

La distintas teorías administrativas (desde las más lejanas como las clásicas hasta las más recientes como la teoría de la excelencia) lo que procuran es ayudar a los gestores de las organizaciones, sean públicas o privadas, conseguir los objetivos o resultados institucionales o empresariales. Esos objetivos pueden cambiar de una entidad a otra y en el tiempo, por ejemplo hasta hace poco las empresas procuraban maximizar sus utilidades, hoy procuran más bien optimizar su participación en el mercado; por su lado las entidades públicas pretendían atender las necesidades colectivas, hoy procuran lograr lo mismo pero con eficiencia.

La carrera profesional de ciencias administrativas precisamente forma profesionales con competencias necesarias para gestionar con capacidad suficiente y con éxito en términos de eficiencia (al menor costo), eficacia (logro de objetivos), responsabilidad, entre otros valores, las entidades públicas (gobiernos locales, gobiernos regionales, empresas públicas, etc.) y privadas (comerciales, industriales, de servicios, MYPES, etc.). Es más, el comercio internacional se ha cuadruplicado a finales del siglo pasado respecto a 1960, en la década pasada las exportaciones del país se han duplicado, el sector servicios (entre ellos el comercio) en las últimas décadas ha desplazado al sector primario y secundario, precisamente el fenómeno de la competitividad se fundamenta en desarrollo del marketing, conjunto de estrategias para incursionar en el mercado de manera sostenible.

IV. PROPÓSITO DE LA FORMACIÓN

La UJCM, motor de desarrollo regional, no podría estar ajeno a esa misión: formar licenciados en Ciencias Administrativas y Marketing Estratégico, capaces de liderar el desarrollo económico de la región y el país, competitivos en el mercado laboral, íntegros y responsables y que garanticen el uso eficaz y eficiente de los recursos de las entidades públicas y privadas.

La UJCM creó la carrera profesional de Ciencias Administrativas y Marketing Estratégico en 2003, pero solo se ofrecía en la modalidad de educación a distancia y en el programa de educación para adultos (semi-presencial); recién en el semestre 2010-I se autorizó su funcionamiento en la modalidad presencial. Desde ese ciclo hasta el presente (2016-0) el número de postulantes en la modalidad presencial ha crecido exponencialmente, de 15 a 250; lo que ha impulsado también el crecimiento de la demanda en las otras modalidades. En la actualidad, la población estudiantil en las tres modalidades supera los 750 alumnos.

V. PERFIL DE INGRESANTE

Se considera pertinente exigir cierto perfil y determinados requisitos al ingresante, porque éste debe alcanzar durante sus estudios universitarios algunas competencias genéricas, transversales y específicas; que a su vez requieren que previamente haya desarrollado competencias como la lectura y escritura de textos complejos, capacidad para el razonamiento lógico matemático, capacidad de análisis y de síntesis, capacidad de argumentación, entre otras (Informe Final del Proyecto Tuning – América Latina 2004-2007: 40); además de los contenidos disciplinarios básicos: matemáticas, humanidades, ciencias sociales incluida la física, química, biología, etc. Los docentes universitarios por lo general consideran que los ingresantes ya tienen esas competencias y desarrollan las asignaturas sobre ese supuesto; sin embargo, ese supuesto no es del todo verdadero, al menos es evidente la heterogeneidad en la educación regular peruana.

VI. REQUISITOS DEL INGRESO

El Art. 98 de la Ley Universitaria N° 30220 establece que “la admisión a la universidad se realiza mediante concurso público, previa definición de plazas y

máximo una vez por ciclo. El examen consta de un examen de conocimientos como proceso obligatorio principal y una evaluación de aptitudes y actitudes de forma complementaria opcional”; con las excepciones que establece dicho artículo de la ley y el Estatuto de la UJCM; debiendo el postulante presentar los certificados de estudios correspondientes, documentos de identidad y demás requisitos que exija la Comisión de Admisión.

VII. PERFIL DEL EGRESADO

El Licenciado en Ciencias Administrativas y Marketing Estratégico de la UJCM, es un profesional capaz de obtener resultados efectivos en un entorno económico altamente competitivo, exigente y que se transforma rápidamente; así mismo adopta y desarrolla día a día nuevas competencias que le han de permitir liderar o dirigir las organizaciones públicas o privadas, de manera eficaz, eficiente, proactiva, con responsabilidad social y ética.

El perfil profesional en el campo de la educación universitaria, según las tendencias internacionales actuales, se basa en la formación de las competencias profesionales¹, que son las que deben acreditar los egresados de una carrera profesional. Respecto a las carreras de la familia de las ciencias administrativas, el Informe Final del Proyecto 6X4 UEALC, concordante en sus principales aspectos con Informe Final del Proyecto Tuning – América Latina, establece las siguientes competencias:

Competencias Genéricas

Son las que comparten los profesionales de diversas disciplinas y, por supuesto los Administradores. Las competencias genéricas permiten una interacción en sociedad como personas capaces de compartir y trabajar interdisciplinariamente.

1. Buscar, seleccionar, utilizar y evaluar la información actualizada y pertinente para la toma de decisiones en su campo profesional.
2. Utilizar tecnologías de información y comunicación genéricas y especializadas en su campo como soporte de su ejercicio profesional.

¹ “Competencia profesional es la capacidad de un profesional de tomar decisiones, con base en los conocimientos, habilidades y actitudes asociadas a la profesión, para solucionar los problemas complejos que se presentan en el campo de su actividad profesional. Un aspecto clave para el comportamiento competente es la habilidad de coordinar las habilidades constituyentes de la competencia, y usar continuamente el conocimiento para recombinar las habilidades y actitudes de tal forma que sean más útiles para tratar con situaciones nuevas” (Informe final 6x4UEALC, 2008: 158).

3. Identificar, delimitar y resolver situaciones y/o problemas.
4. Elaborar y aplicar modelos para el abordaje de la realidad.
5. Organizar, dirigir y colaborar en equipos de trabajo orientados al cumplimiento de objetivos.
6. Manejar efectivamente la comunicación en su actuación profesional.
7. Manejar efectivamente la comunicación en su actuación profesional en un idioma adicional al materno.
8. Trabajar y convivir en contextos de diversidad y pluralidad.
9. Comprender, analizar, modelar, sintetizar y resolver situaciones de su campo de formación profesional.
10. Ejercer liderazgo activo.
11. Generar nuevas ideas e impulsar el emprendimiento.
12. Desarrollar y ejecutar proyectos de manera efectiva.
13. Ejercer su profesión en el marco de la Ética y la responsabilidad social.

Competencias Transversales

Son aquellas que comparten los profesionales de disciplinas afines, en este caso los de las ciencias empresariales. Habilitan para generar acciones efectivas de manera compartida con personas que tienen lenguajes comunes en su desempeño profesional.

14. Comprender y aplicar los elementos básicos de la Administración de organizaciones, sus diversas áreas de acción y la interacción entre las mismas.
15. Comprender y aplicar los principios de la economía tanto a nivel macro como micro, explicando con claridad los fenómenos de interacción económica en la sociedad y en las organizaciones.
16. Identificar, comprender y argumentar sobre los fenómenos socio-políticos que rodean a las organizaciones en un contexto de mundo globalizado.
17. Identificar y argumentar sobre los elementos del mercadeo desde la perspectiva del cliente y del productor, con capacidad de tomar decisiones dentro del ámbito de su profesión.
18. Comprender y utilizar la información financiera de las organizaciones en la toma de decisiones.

19. Comprender y utilizar los principios de administración por procesos en la gestión de las organizaciones.
20. Utilizar convenientemente los principios y modelos matemáticos que den soporte a la toma de decisiones.
21. Diseñar y aplicar estrategias y tácticas de negociación justas y equitativas.

Competencias específicas

Son las competencias estrictamente ligadas a las actividades privativas del licenciado en ciencias administrativas y marketing estratégico.

22. Formular y desarrollar planes estratégicos, tácticos y operativos en el marco de las diferentes teorías administrativas en sintonía con el contexto de la organización y sus características particulares.
23. Propiciar sinergias que permitan enfocar la gestión al logro de los resultados esperados, alineando las áreas funcionales de la organización.
24. Diseñar, implementar y evaluar procesos de comercialización que tengan como eje central a los diferentes tipos de clientes y/o demandantes de servicios que interactúan con la organización.
25. Identificar y evaluar la viabilidad de oportunidades de negocios, procesos, productos y servicios.
26. Identificar, diseñar e implementar procesos de negocio y/o prestación de servicios orientados a la optimización de los resultados de la organización.
27. Administrar los sistemas logísticos y productivos integrales que impacten en la cadena de valor.
28. Diseñar y gestionar sistemas de seguimiento y evaluación de los objetivos planteados en el direccionamiento estratégico.
29. Integrar al componente administrativo y empresarial el marco jurídico pertinente.
30. Gestionar de manera integral los proyectos empresariales aplicables a diferentes organizaciones.
31. Tomar decisiones de inversión, financiamiento y gestión de recursos (materiales y humanos) a partir del análisis de los sistemas de información (internos-externos).
32. Orientar la organización a la creación de valor a partir de modelos de valoración y riesgo que sean de alto impacto en las decisiones empresariales.

33. Liderar y administrar el talento humano para el logro y consecución de los objetivos de la organización.
34. Integrar la organización con el entorno, teniendo en cuenta los aspectos éticos y culturales del medio en el cual desarrolla su gestión.
35. Optimizar la gestión empresarial apoyado en sistemas de información efectivos y en el uso de las TIC's.
36. Analizar, diseñar y sostener Sistemas de Calidad y de la Gestión del Cambio.
37. Desarrollar la cultura de la organización en el marco de la misión, visión y valores que la identifican y diferencian.
38. Crear, mantener y desarrollar redes organizacionales e interpersonales para la consecución de los objetivos.
39. Diseñar, rediseñar, implementar estructuras, procedimientos y sistemas alineados a las estrategias organizacionales.

Competencias en investigación

El informe final del Proyecto 6X4 UEALC privilegia la investigación referida a la aplicación práctica de las teorías y técnicas a las realidades organizacionales imperantes en cada entorno. Las competencias generales en investigación para los administradores se determinan así:

40. Conocer, entender y aplicar los marcos teóricos y las metodologías relacionadas con la gestión de la investigación, la innovación, el conocimiento, el aprendizaje y la tecnología como funciones estratégicas críticas para las organizaciones contemporáneas.
41. Crear consenso y compromiso para definir, estructurar y ejecutar proyectos de investigación en las diferentes áreas (producción, finanzas, marketing y recursos humanos), buscando el logro de recursos para la creación de estos nuevos procesos y/o servicios.

VIII. DISTRIBUCIÓN DE ASIGNATURAS POR ÁREAS

En la tabla N° 1 se presenta la distribución de los créditos de las asignaturas o componentes por áreas de formación: potencial o integral (66%), específica (30%) y especializada (4%); en la tabla N° 2, por niveles de estudios.

TABLA N° 1: DISTRIBUCIÓN DE LOS COMPONENTES POR ÁREAS

NIVEL	CRÉDITOS	%
<i>Formación Potencial o Integral</i>	140	66
Cultura general y humanística	44	21
Ciencias Básicas	12	6
Tecnología básica (transversales)	65	30
Investigación	15	7
Actividades formativas	4	2
<i>Formación Específica</i>	65	30
Administración	21	10
Gerencia	15	7
Marketing	24	11
Prácticas Profesionales	5	2
<i>Especialización Profesional</i>	9	4
TOTAL	214	100

TABLA N° 2: DISTRIBUCIÓN DE LOS COMPONENTES POR NIVELES

NIVEL	CRÉDITOS	%
Estudios Generales	44	22
Estudios Específicos de la Profesión	161	74
Estudios de Especialización Profesional	9	4
TOTAL	214	100

IX. PLAN DE ESTUDIOS



PLAN DE ESTUDIOS DE LA ESCUELA PROFESIONAL DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS Y MARKETING ESTRATÉGICO 2016 - 2018

PRIMER SEMESTRE						
CÓDIGO	ASIGNATURA	HT	HP	TH	CRED	PREREQUISITOS
CEG101	Matemática Básica	2	2	4	3	Ninguno
CEG102	Comunicación I	2	4	6	4	Ninguno
CEG103	Química	2	2	4	3	Ninguno
CEG104	Metodología de Estudio Universitario	2	2	4	3	Ninguno
CEG105	Psicología	2	2	4	3	Ninguno
CEG106	Filosofía	2	2	4	3	Ninguno
CEG107	Biología	2	2	4	3	Ninguno
SUB TOTAL I SEMESTRE		14	16	30	22	

SEGUNDO SEMESTRE

CÓDIGO	ASIGNATURA	HT	HP	TH	CRED	PREREQUISITOS
CEG201	Ciencias Políticas	2	2	4	3	Ninguno
CEG202	Comunicación II	2	4	6	4	Comunicación I
CEG203	Física	2	2	4	3	Ninguno
CEG204	Estadística	2	2	4	3	Matemática Básica
CEG205	Sociología	2	2	4	3	Ninguno
CEG206	Historia	2	2	4	3	Ninguno
CEG207	Análisis de la Realidad Económica y Social	2	2	4	3	Ninguno
SUB TOTAL II SEMESTRE		14	16	30	22	

TERCER SEMESTRE

CÓDIGO	ASIGNATURA	HT	HP	TH	CRED	PREREQUISITOS
AME301	Análisis Matemático	3	2	5	4	Matemática Básica
AME302	Administración General	2	2	4	3	Ninguno
AME303	Microeconomía	2	2	4	3	Ninguno
AME304	Contabilidad General	2	2	4	3	Ninguno
AME305	Legislación Empresarial I	2	2	4	3	Ninguno
AME306	Comportamiento Humano en Organizaciones	2	2	4	3	Psicología
AME307	Actividad integradora I (Deporte)	0	2	2	1	Ninguno
SUB TOTAL III SEMESTRE		13	14	27	20	

CUARTO SEMESTRE

CÓDIGO	ASIGNATURA	HT	HP	TH	CRED	PREREQUISITOS
AME401	Estadística Inferencial	3	2	5	4	Estadística
AME402	Diseño y Desarrollo Organizacional	2	2	4	3	Administración General
AME403	Marketing General	2	2	4	3	Ninguno
AME404	Macroeconomía	2	2	4	3	Microeconomía
AME405	Legislación Empresarial II	2	2	4	3	Legislación Empresarial I
AME406	Liderazgo para el Desarrollo Organizacional	2	2	4	3	Comportamiento Humano en Organizaciones
AME407	Actividad integradora II – Danza	0	2	2	1	Ninguno
SUB TOTAL IV SEMESTRE		13	14	27	20	

QUINTO SEMESTRE

CÓDIGO	ASIGNATURA	HT	HP	TH	CRED	PREREQUISITOS
AME501	Marketing Estratégico	2	2	4	3	Marketing General
AME502	Gestión Pública	2	2	4	3	Ninguno
AME503	Gestión Ambiental	2	2	4	3	Ninguno
AME504	Informática Gerencial	2	2	4	3	Ninguno
AME505	Matemática financiera	3	2	5	4	Análisis Matemático
AME506	Administración del Talento Humano	2	2	4	3	Comportamiento Humano en Organizaciones
AME507	Inglés Básico	2	2	4	3	Ninguno
SUB TOTAL V SEMESTRE		15	14	29	22	

SEXTO SEMESTRE						
CODIGO	ASIGNATURA	HT	HP	TH	CRED	PREREQUISITOS
AME601	Marketing Operativo	2	2	4	3	Marketing estratégico
AME602	Neuromarketing	2	2	4	3	Marketing General
AME603	Planeamiento y Control	2	2	4	3	Ninguno
AME604	Formulación y Evaluación de Proyectos	2	2	4	3	Ninguno
AME605	Investigación de Mercados	3	2	5	4	Estadística inferencial
AME606	Costeo y Estrategias de Precios	2	2	4	3	Contabilidad General
AME607	Ingles Intermedio	2	2	4	3	Ingles Básico
SUB TOTAL VI SEMESTRE		15	14	29	22	

SÉPTIMO SEMESTRE						
CÓDIGO	ASIGNATURA	HT	HP	TH	CRED	PREREQUISITOS
AME701	Dirección de Ventas	2	2	4	3	Costeo y Estrategias de Precios
AME702	Estrategias de Marketing Relacional	2	2	4	3	Marketing Operativo
AME703	Gerencia Estratégica	2	2	4	3	Administración General
AME704	Gestión de la calidad	2	2	4	3	Ninguno
AME705	Investigación de Operaciones	3	2	5	4	Análisis Matemático
AME706	Administración Logística	2	2	4	3	Planeamiento y Control
AME707	Ingles Avanzado	2	2	4	3	Ingles Intermedio
SUB TOTAL VII SEMESTRE		15	14	29	22	

OCTAVO SEMESTRE						
CÓDIGO	ASIGNATURA	HT	HP	TH	CRED	PREREQUISITOS
AME801	Marketing de servicios	2	2	4	3	Marketing Operativo
AME802	Gestión de Publicidad y Promoción de Ventas	2	2	4	3	Ninguno
AME803	Gerencia de Proyectos	2	2	4	3	Formulación y Evaluación de Proyectos
AME804	Administración Financiera	3	2	5	4	Matemática financiera
AME805	Auditoria de Desempeño	2	2	4	3	Planeamiento y Control
AME806	Taller de Proyecto de Tesis	2	2	4	3	Estadística inferencial
	Electivo I					
SUB TOTAL VIII SEMESTRE		13	12	25	19	

NOVENO SEMESTRE						
CÓDIGO	ASIGNATURA	HT	HP	TH	CRED	PREREQUISITOS
AME901	Simulación de Negocio LABSAG	2	2	4	3	Informática Gerencial
AME902	E-Marketing	2	2	4	3	Informática Gerencial
AME903	Plan de Negocios	2	2	4	3	Evaluación de proyectos
AME904	Negocios Internacionales	2	2	4	3	Ninguno
AME905	Actividad Integradora III: Promoción Comunal	1	2	3	2	A la aprobación de 169 Créditos
AME906	Taller de Desarrollo de Tesis	2	4	6	4	Taller de Proyecto de Tesis
	Electivo II					
SUB TOTAL IX SEMESTRE		11	14	25	18	

DECIMO SEMESTRE						
CÓDIGO	ASIGNATURA	HT	HP	TH	CRED	PREREQUISITOS
AME1001	Responsabilidad Social de la Gerencia	2	2	4	3	Ninguno
AME1002	Dirección Estratégica de Marketing	2	2	4	3	Simulación de Negocio LABSAG
AME1003	Ética y Deontología Profesional	2	2	4	3	Ninguno
AME1004	Taller de Redacción y Defensa de Tesis	2	4	6	4	Taller de Desarrollo de Tesis
AME1005	Prácticas Pre profesionales	0	10	10	5	Al termino de 187, Créditos
	Electivo III					
SUB TOTAL X SEMESTRE		8	20	28	18	
Total de créditos de las asignaturas obligatorias					205	
Mínimo de créditos de las asignaturas electivas aprobados					9	
TOTAL DE CRÉDITOS PARA EGRESAR DE LA ESCUELA PROFESIONAL DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS Y MARKETING ESTRATÉGICO.					214	

ASIGNATURAS ELECTIVAS (ESPECIALIZACIÓN)							
CÓDIGO	ESPECIALIDAD	ASIGNATURA	HT	HP	TH	CRED.	PRE-REQUISITOS
AME-EE01	Gestión de Personal	Evaluación del desempeño	2	2	4	3	Ninguno
AME-EE02		Capacitación y desarrollo Profesional	2	2	4	3	Evaluación del desempeño
AME-EE03		Gerencia del Potencial Humano	2	2	4	3	Capacitación y desarrollo Profesional
AME-EE04	Dirección de Ventas	Coaching para Fuerza de Ventas	2	2	4	3	Ninguno
AME-EE05		Técnicas de Ventas	2	2	4	3	Coaching para la fuerza de Ventas
AME-EE06		Gerencia de Ventas	2	2	4	3	Ventas B2B
AME-EE07	Idioma Nativo	Idioma Nativo I	2	2	4	3	Ninguno
AME-EE08		Idioma Nativo II	2	2	4	3	Idioma Nativo I
AME-EE09		Idioma Nativo III	2	2	4	3	Idioma Nativo II
Total de créditos de las asignaturas electivas						27	

X. MALLA CURRICULAR

La malla curricular de las asignaturas, es decir la distribución de las asignaturas entre los semestres académicos, la concatenación entre ellas a través de los pre-requisitos, la carga lectiva, entre otras, se presenta en la tabla N° 2, en el contexto del plan de estudios.

XI. SUMILLAS DE LAS ASIGNATURAS

PRIMER SEMESTRE

<p>Asignatura: MATEMÁTICA BÁSICA Código: CEG101 Semestre: I Créditos: 3 Carga Académica: teoría: 2 horas, práctica: 2 horas, total: 4 horas Condición: Obligatoria Pre-requisito: Ninguno</p>
<p>Competencia: abstrae y formaliza la realidad a través de relaciones y propiedades cuantitativas de los números, figuras geométricas y símbolos.</p>
<p>Sumilla: Asignatura teórica y práctica del área de formación general, que estudia los números reales y complejos, lógica proposicional, relaciones y funciones, expresiones algebraicas y proporcionalidad, fundamentos de geometría y trigonometría; ejercita las capacidades de reconocer, comprender, abstraer, analizar, sintetizar y formalizar soluciones, de manera creativa, desarrollando el pensamiento analítico y reflexivo; desarrolla las actitudes de curiosidad, apertura, pro-actividad e imaginación.</p>
<p>Evaluación (verificar las siguientes evidencias): plantea el problema cuantitativo, identifica el modelo matemático que puede emplearse para resolver ese problema o construye uno apropiado, evalúa las ventajas y desventajas de los distintos modelos o alternativas y emplea el más adecuado para resolver el problema.</p>
<p>Bibliografía básica: García Pilar, Núñez del Prado José y Gómez Alberto (2007), <i>Iniciación a la Matemática Universitaria</i>, Thompson Paraninfo, España; Figueroa Ricardo (2004), <i>Matemática Básica I</i>, Editorial América, Lima; Figueroa García, Ricardo (2002), <i>Geometría Analítica</i>, Talleres Gráficos Cosmos, Lima; Espinoza Ramos Eduardo (2002), <i>Análisis Matemático I</i>, Ed. San Marcos, Lima; Venero Armando (2004), <i>Matemática Básica</i>, Edit. Graf. Top E.I.R.L, Lima; Ubaldo L. (2005) <i>Geometría</i>, Ed. San Marcos, Lima.</p>

<p>Asignatura: COMUNICACIÓN I Código: CEG102 Semestre: I Créditos: 4 Carga Académica: teoría: 2 horas, práctica: 4 horas, total: 6 horas Condición: Obligatoria Pre-requisito: Ninguno</p>
<p>Competencia: Emplea las mejores estrategias metodológicas para analizar la estructura y el contenido de los artículos científicos, libros, documentos, etc., así como la comunicación oral, entre otras, a fin de optimizar su proceso de aprendizaje y su desempeño personal y profesional.</p>
<p>Sumilla: Asignatura teórica y práctica del área de formación general, que estudia las estrategias de la comprensión lectora, el proceso iterativo entre autor y lector, funciones, factores y estructuras de la comunicación; ejercita las habilidades de comprensión, interpretación, análisis y síntesis de los mensajes de la comunicación oral y escrita, reconocimiento y el uso de la variedad formal y las reglas de puntuación general y especial en la comunicación; desarrolla las actitudes de valoración y disfrute de la lectura, apertura mental, crítica, respeto a las ideas ajenas, reconocimiento de los derechos de autor.</p>
<p>Evaluación (verificar las siguientes evidencias): comprende las lecturas, produce y redacta textos, comunica mensajes, etc.</p>
<p>Bibliografía básica: Calero, <i>Cómo mejorar la comprensión lectora</i>, W. Kluwer (Libun), 2011; Ruffinelli, <i>Comprensión Lectora</i>, Trillas (Libun), 2013.</p>

<p>Asignatura: QUÍMICA Código: CEG103 Semestre: I Créditos: 3 Carga Académica: teoría: 2 horas, práctica: 2 horas, total: 4 horas Condición: Obligatoria Pre-requisito: Ninguno</p>
<p>Competencia: identifica la materia y sus propiedades, comprendiendo la estructura y la formación de compuestos químicos y su aplicación en los procesos productivos.</p>

<i>Sumilla:</i> asignatura teórica y práctica del área de formación general, que estudia la estructura atómica, la estequiometría, funciones químicas orgánicas e inorgánicas y los hidrocarburos; ejercita las capacidades de reconocer, comprender, analizar, sistematizar y experimentar; así como desarrollar las actitudes de curiosidad, creatividad, orden y pensamiento analítico.
<i>Evaluación</i> (verificar las siguientes evidencias): explica la naturaleza y el comportamiento de los elementos químicos y sus aplicaciones en los procesos productivos; diseña y conduce los experimentos.
<i>Bibliografía básica:</i> Umland y Bellama, Química General, Internacional Thomson, México, 2000; Zumdahl, Principios de Química, Cengage Learning, 2012.

<i>Asignatura:</i> METODOLOGÍA DEL ESTUDIO UNIVERSITARIO
<i>Código:</i> CEG104
<i>Semestre:</i> I
<i>Créditos:</i> 3
<i>Carga Académica:</i> teoría: 2 horas, práctica: 2 horas, total: 4 horas
<i>Condición:</i> Obligatoria
<i>Pre-requisito:</i> Ninguno
<i>Competencia:</i> Comprende y aplica las principales herramientas del trabajo intelectual.
<i>Sumilla:</i> asignatura teórica y práctica del área de formación general que estudia, la universidad en el siglo XXI y su relación con su formación profesional, el aprendizaje y los principales técnicas y métodos de estudio, la investigación formativa y los informes académicos, técnicas expositivas de los informes académica; ejercita las habilidades de reconocer y comprender, analizar y sintetizar, generar e implementar soluciones, de creatividad, desarrollo del pensamiento analítico, reflexivo, crítico, que jerarquiza, ordena y valora, para plantear problemas desde diferentes perspectivas; así como las actitudes de curiosidad, apertura, pro-actividad, sensibilidad e imaginación y apertura al diálogo interdisciplinar.
<i>Evaluación</i> (verificar las siguientes evidencias): analiza el rol de la universidad en el siglo XXI, conoce y aplica las principales técnicas y métodos de estudios, elabora y sustenta informes académicos.
<i>Bibliografía básica:</i> Jiménez José y Juan Torres, Métodos para desarrollar hábitos y técnicas de estudio, La Tierra Hoy S. L., España, 2005; Sánchez Carlessi Hugo y Otros (2002) Metodología y diseños en la Investigación científica, Ed. Universidad Ricardo Palma, Lima; Ley Universitaria N° 30220, Estatuto y reglamentos de la UJCM.

<i>Asignatura:</i> PSICOLOGÍA
<i>Código:</i> CEG105
<i>Semestre:</i> I
<i>Créditos:</i> 3
<i>Carga Académica:</i> teoría: 2 horas, práctica: 2 horas, total: 4 horas
<i>Condición:</i> Obligatoria
<i>Pre-requisito:</i> Ninguno
<i>Competencia:</i> analiza y aplica la teoría y estrategias para conocer y comprender el desarrollo psicológico de la persona humana.
<i>Sumilla:</i> Asignatura teórica del área de formación general que estudia, los conceptos, teorías y procesos psíquicos y las bases biológicas que intervienen en el comportamiento y desarrollo humano, los procesos afectivos y cognitivos y patologías; ejercita las habilidades de visualización del comportamiento humano, comprensión, empatía y motivación; desarrolla las actitudes de tolerancia, apertura, flexibilidad, rechazo a la cultura de la violencia y aprecio de la individualidad.
<i>Evaluación</i> (verificar las siguientes evidencias): analiza el marco teórico de la psicología, identifica y comprende los procesos del desarrollo psicológico, los procesos cognitivos, afectivos y patológicos del comportamiento humano.
<i>Bibliografía básica:</i> Weiten Wayne (2008), Psicología: temas y variaciones, Cengage Learning, México; Darly Jhon y otros, Psicología, Edit. Hispanoamericana, México; Kimble Gregory y otros, Fundamentos de Sicolología General, Edit. Limusa, México; Baraude Jean, Psicología Contemporánea, Edit. Euro Americana. Madrid.

<i>Asignatura:</i> FILOSOFÍA
<i>Código:</i> CEG106
<i>Semestre:</i> I

<p><i>Créditos:</i> 3 <i>Carga Académica:</i> teoría: 2 horas, práctica: 2 horas, total: 4 horas <i>Condición:</i> Obligatoria <i>Pre-requisito:</i> Ninguno</p>
<p><i>Competencia:</i> Analiza y comprende el sentido de la vida, a partir de las experiencias de la ciencia, la tecnología y las humanidades, aplicando las leyes del razonamiento lógico.</p>
<p><i>Sumilla:</i> asignatura teórica del área de formación general que estudia los conceptos, las ramas, la lógica, las principales escuelas de la filosofía y sus aportes al desarrollo de la epistemología de la ciencia y la tecnología; practica la habilidad para pensar reflexiva y críticamente, aplicando las leyes del razonamiento lógico; desarrolla las actitudes de curiosidad, apertura mental y creatividad.</p>
<p><i>Evaluación</i> (verificar las siguientes evidencias): analiza y explica las diversas reflexiones filosóficas y asume una postura personal, reflexiona y valora las teorías sobre el problema del conocimiento, adoptando una postura crítica, reflexiona y valora la problemática ética y axiológica de la humanidad, aplicando leyes fundamentales del pensamiento lógico.</p>
<p><i>Bibliografía básica:</i> Ramos Murphy Jenner, Introducción a la Filosofía, Profdosa, Lima, 2002; Bunge Mario (1989), La ciencia, su método y su filosofía, Ed. Siglo XX, Buenos Aires; Ramos Murphy Jenner y otros (2002), Introducción a la Filosofía, PROFDOSA, Lima; Gonzales R (2005), Ética y economía, Desclée de Bronnee, Madrid.</p>

<p><i>Asignatura:</i> BIOLOGÍA <i>Código:</i> CEG107 <i>Semestre:</i> I <i>Créditos:</i> 3 <i>Carga Académica:</i> teoría: 2 horas; práctica: 2 horas; total: 4 horas <i>Condición:</i> Obligatoria <i>Pre-requisito:</i> Ninguno</p>
<p><i>Competencia:</i> identifica los seres vivos, su estructura, clasificación, proceso vegetativo con fines productivos y conservación de biodiversidad.</p>
<p><i>Sumilla:</i> asignatura teórica y práctica del área de formación general, que estudia las bases bioquímicas de la vida, la célula, biología sistemática, procesos biológicos y sus aplicaciones a los procesos productivos; ejercita las capacidades de observación, identificación, caracterización, sistematización y experimentación; así como desarrollar las actitudes de curiosidad, creatividad, orden y pensamiento analítico.</p>
<p><i>Evaluación</i> (verificar las siguientes evidencias): explica la naturaleza y los procesos biológicos y sus aplicaciones en los procesos productivos; diseña y conduce los experimentos.</p>
<p><i>Bibliografía básica:</i> Campbell Neil, Biología: Conceptos y Relaciones, Person Educación, México, 2001; Valdívía, Biología: procesos de la vida, Cengage Learning, 2014.</p>

SEGUNDO SEMESTRE

<p><i>Asignatura:</i> CIENCIAS POLÍTICAS <i>Código:</i> CEG201 <i>Semestre:</i> II <i>Créditos:</i> 3 <i>Carga Académica:</i> teoría: 2 horas, práctica: 2 horas, total: 4 horas <i>Condición:</i> Obligatoria <i>Pre-requisito:</i> Ninguno</p>
<p><i>Competencia:</i> interpreta la realidad política y lidera la participación ciudadana en el gobierno local, regional y nacional, en un entorno del Estado de Derecho.</p>
<p><i>Sumilla:</i> asignatura teórica y práctica del área de formación general, que estudia las fuentes del poder, ideologías políticas, sistema, régimen e instituciones políticas del Perú, la gobernabilidad en el marco de la legalidad y el respeto a los derechos humanos; ejercita las habilidades de trabajo en equipo, liderazgo, interpretación de las aspiraciones sociales; desarrolla las actitudes de convivencia social en democracia, legalidad, equidad, justicia.</p>
<p><i>Evaluación</i> (verificar las siguientes evidencias): identifica las fuentes de poder, discute las ideologías políticas, reconoce las instituciones políticas del país y su ordenamiento jurídico, identifica y valora los derechos humanos, lidera grupos de pensamiento crítico.</p>
<p><i>Bibliografía básica:</i> Taleva, Derechos Humanos, Valleta Ediciones, 2014; Ortíz, Política y Cultura en América Latina, UAL, 2012; López, Derecho y Argumentación, U. Javeriana, 2011.</p>

<p>Asignatura: COMUNICACIÓN II Código: CEG202 Semestre: II Créditos: 4 Carga Académica: teoría: 2 horas, práctica: 4 horas, total: 6 horas Condición: Obligatoria Pre-requisito: Comunicación I</p>
<p><i>Competencia:</i> Emplea las mejores estrategias metodológicas para analizar la estructura y el contenido de los artículos científicos, libros, documentos, etc., así como la comunicación oral, entre otras, a fin de optimizar su proceso de aprendizaje y su desempeño personal y profesional.</p>
<p><i>Sumilla:</i> Asignatura teórica y práctica del área de formación general, que estudia las técnicas de la lectura rápida, características de los textos, artículos científicos e informes jurídicos y administrativos, la jerarquización de las ideas, uso de las fuentes de información; ejercita las habilidades de lectura rápida, sin dejar de lado la comprensión, interpretación, análisis y síntesis de los mensajes; desarrolla las actitudes de valoración y disfrute de la lectura, apertura mental, crítica, respeto a las ideas ajenas, reconocimiento de los derechos de autor..</p>
<p><i>Evaluación</i> (verificar las siguientes evidencias): comprende las lecturas, produce y redacta textos, comunica mensajes, etc.</p>
<p><i>Bibliografía básica:</i> Calero, Cómo mejorar la comprensión lectora, W. Kluver (Libun), 2011; Ruffinelli, Comprensión Lectora, Trillas (Libun), 2013; Konstant Tina, Técnicas de Lectura Rápida, Editorial Amat, España, 2007.</p>

<p>Asignatura: FÍSICA Código: CEG203 Semestre: I Créditos: 3 Carga Académica: teoría: 2 horas, práctica: 2 horas, total: 4 horas Condición: Obligatoria Pre-requisito: Ninguno</p>
<p><i>Competencia:</i> Identificar y comprender las leyes de la física y sus aplicaciones en los procesos productivos.</p>
<p><i>Sumilla:</i> Asignatura teórica y práctica del área de formación general, que estudia las leyes, principios y teoremas de la física, su enfoque matemático y metodológico; ejercita las capacidades de reconocer, comprender, analizar, sistematizar y experimentar; así como desarrollar las actitudes de curiosidad, creatividad, orden y pensamiento analítico</p>
<p><i>Evaluación</i> (verificar las evidencias): explica la naturaleza y el comportamiento de los objetos físicos y sus aplicaciones en los procesos productivos; diseña y conduce los experimentos.</p>
<p><i>Bibliografía básica:</i> Ocampo óscar y Torres José Luis, Física General, Thomson, Madrid, 2006.</p>

<p>Asignatura: ESTADÍSTICA Código: CEG204 Semestre: II Créditos: 3 Carga Académica: teoría: 2 horas, práctica: 2 horas, total: 4 horas Condición: Obligatoria Pre-requisito: Matemática Básica</p>
<p><i>Competencia:</i> Conoce, utiliza y aplica la estadística para desarrollar con pertinencia y rapidez sus actividades académicas y profesionales.</p>
<p><i>Sumilla:</i> Asignatura teórica y práctica del área de estudios generales que estudia la estadística descriptiva y la estadística inferencial; ejercita la habilidad de diseñar y aplicar de manera efectiva las técnicas estadísticas para la toma de decisiones, recoger y procesar información en los trabajos de investigación, en los reportes académicos y profesionales; así como las actitudes de creatividad, apertura, creatividad y razonamiento lógico.</p>
<p><i>Evaluación</i> (verificar las siguientes evidencias): reconoce y utiliza aplica las técnicas estadísticas para recoger y procesar la información para la toma de decisiones, para investigar y elaborar reportes académicos y profesionales.</p>
<p><i>Bibliografía básica:</i> De la Mora, Manual de Elementos de Probabilidad y Estadística, Mc Graw Hill (Libun), 2014; Alvarado, Probabilidad y Estadística, Patria, 2012.</p>

<p><i>Asignatura:</i> SOCIOLOGÍA <i>Código:</i> CEG205 <i>Semestre:</i> II <i>Créditos:</i> 3 <i>Carga Académica:</i> teoría: 2 horas, práctica: 2 horas, total: 4 horas <i>Condición:</i> Obligatoria <i>Pre-requisito:</i> Ninguno</p>
<p><i>Competencia:</i> Conoce y comprende los fenómenos producidos por los seres humanos dentro de un contexto social.</p>
<p><i>Sumilla:</i> Asignatura teórica del área de formación general, que estudia los fenómenos sociales: clases, estratos, grupos, instituciones y movimientos sociales y la problemática y ética; ejercita las habilidades de interacción, empatía y liderazgo para el beneficio colectivo; desarrolla las actitudes de tolerancia, apertura, flexibilidad, rechazo a la cultura de la violencia y defensa de la visión colectiva.</p>
<p><i>Evaluación</i> (verificar las siguientes evidencias): comprende el marco teórico de la sociología, analiza y define los conceptos significativos de la organización y estructura social, estratificación y movilidad social, analiza y explica los conceptos de sociedad estado, instituciones, sociedad, ideología y cultura, la interacción y los cambios sociales.</p>
<p><i>Bibliografía básica:</i> Castro Jaime (2000), Sociología, Ed. San Marcos, Lima; Fernández Palomares (2003), Sociología de la Educación, Pearson, Madrid.</p>

<p><i>Asignatura:</i> HISTORIA <i>Código:</i> CEG206 <i>Semestre:</i> II <i>Créditos:</i> 3 <i>Carga Académica:</i> teoría: 2 horas, práctica: 2 horas, total: 4 horas <i>Condición:</i> Obligatoria <i>Pre-requisito:</i> Ninguno</p>
<p><i>Competencia:</i> Identifica y reflexiona sobre los aportes de las civilizaciones al desarrollo cultural, social y económico de la humanidad.</p>
<p><i>Sumilla:</i> Asignatura teórica del área de formación general, que estudia los aportes culturales a la humanidad de las civilizaciones más relevantes, enfatizando los ubicadas en territorio nacional; practica las habilidades de comprender y explicar los fenómenos históricos así como las manifestaciones filosóficas, científicas, tecnológicas y artísticas y su convergencia en el desarrollo de la humanidad; desarrolla las actitudes de tolerancia, apertura, flexibilidad, rechazo a la violencia y defensa de la visión universal e integral.</p>
<p><i>Evaluación</i> (verificar las siguientes evidencias): conoce y valora los aportes de las diferentes civilizaciones a la humanidad, identifica el impacto del aporte cultural en la transformación de las sociedades.</p>
<p><i>Bibliografía básica:</i> Osborne Roger (2007), Civilización: una historia crítica del mundo occidental, Crítica S R L, Barcelona; Casado Quintanilla Blas (2004), Tendencias historiográficas actuales, UNED, Madrid; Dotour Thierry (2004), La ciudad medioeval: origen y triunfo en la Europa Urbana, Paidós, Barcelona; Basadre, Historia del Perú; Valcárcel, Historia del Perú.</p>

<p><i>Asignatura:</i> ANÁLISIS DE LA REALIDAD ECONÓMICA Y SOCIAL <i>Código:</i> CEG207 <i>Semestre:</i> II <i>Créditos:</i> 3 <i>Carga Académica:</i> teoría: 2 horas, práctica: 2 horas, total: 4 horas <i>Condición:</i> Obligatoria <i>Pre-requisito:</i> Ninguno</p>
<p><i>Competencia:</i> analiza y emite juicio de valor sobre la realidad social, económica, política y cultural del Perú y la región, en escenarios coyunturales.</p>
<p><i>Sumilla:</i> asignatura teórica del área de formación general que estudia con visión integral de la estructura del poder nacional y regional, en sus ámbitos político (organización del Estado-Nación, estructuras funcionales, la geopolítica), jurídico (las normas de convivencia interna y externa), económico (producción, las relaciones económicas internas y externas), social (los grupos de poder internos y externos) y militar (seguridad interna y externa); ejercita la habilidad de interpretar y emitir juicios de valor sobre los problemas histórico sociales, de la región, el país y el mundo, aplicando enfoque críticos; así como las actitudes de curiosidad, ética y</p>

responsabilidad social, apertura al cambio, sensibilidad hacia las diferencias culturales y sociales y creatividad.

Evaluación (verificar las siguientes evidencias): interpreta los problemas históricos sociales de la región y el país en un contexto globalizado y competitivo, aplicando enfoques críticos, propone alternativas de solución al problema social regional.

Bibliografía básica: Mejía Julio (2010), Realidad Nacional, Sociedad, Estado y Cultura en el Perú contemporáneo, Lima; Parodi Carlos (2001), Perú 1960-2000, Políticas Económicas en Entornos Cambiantes, editorial Universidad el Pacifico, Lima; Matos Mar José (2009), Desborde Popular y Crisis del Estado, editorial Congreso de la República del Perú; Peace García Henry (2003), Presupuesto participativo y Agenda XXI, Fondo Editorial del Congreso de la República, Lima; Global Entrepreneurship Monitor (GEM), Informes 2008 al 2014, Universidad Esan, Lima; ONU, Objetivos del Milenio; CEPLAN, Plan Bicentenario.

TERCER SEMESTRE

Asignatura: **ANÁLISIS MATEMÁTICO**

Código: AME301

Semestre: III

Créditos: 4

Carga Académica: teoría: 3 horas, práctica: 2 horas, total: 5 horas

Condición: Obligatoria

Pre-requisito: Matemática Básica

Competencia: Analiza, delimita, identifica modelos para representar y resolver problemas contables, financieros, económicos y administrativos de tipo cuantitativo.

Sumilla: Asignatura teórica y práctica del área formación potencial, que estudia la geometría analítica, límites, derivadas e integrales; ejercita las habilidades de reconocer y comprender, analizar y sintetizar, generar e implementar soluciones, capacidad de creatividad y desarrollo de un pensamiento analítico y reflexivo; desarrolla las actitudes de curiosidad, apertura, pro-actividad e imaginación.

Evaluación (verificar las siguientes evidencias): plantea el problema cuantitativo, identifica el modelo matemático que puede emplearse para resolver ese problema o construye uno apropiado, evalúa las ventajas y desventajas de los distintos modelos o alternativas y emplea el más adecuado para resolver el problema.

Bibliografía básica: Panduro José, Análisis Matemático, Editorial San Marcos, Lima, 2013; Thompson, Cálculo Diferencial e Integral, Mc Graw Hill, 2012;

Asignatura: **ADMINISTRACIÓN GENERAL**

Código: AME302

Semestre: III

Créditos: 3

Carga Académica: teoría: 2 horas, práctica: 2 horas, total: 4 horas

Condición: Obligatoria

Pre-requisito: Ninguno

Competencia: Conoce y aplica los principios, las teorías y las prácticas administrativas para comprender la estructura y la gestión de las organizaciones públicas y privadas.

Sumilla: Asignatura teórica y práctica del área formación potencial, que estudia los principios y las teorías de la administración, la estructura de las organizaciones y las relaciones entre las áreas de gestión, definición de misión, visión y valores organizacionales; ejercita las habilidades de integrar conocimientos en el campo de la gestión con las realidades organizacionales del entorno, así como las actitudes de curiosidad, pensamiento sistémico y creatividad.

Evaluación (verificar las siguientes evidencias): comprende, analiza y aplica los principios, teorías y prácticas administrativas al planeamiento, organización, dirección y control de las organizaciones.

Bibliografía básica: Robbins y Coulter, Administración, Pearson Educación, México, 2005; Gibson, Organizaciones: comportamiento, estructura y procesos, Mc Graw Hill, 2011.

Asignatura: **MICROECONOMÍA**

Código: AME303

Semestre: III

Créditos: 3

<p><i>Carga Académica:</i> teoría: 2 horas, práctica: 2 horas, total: 4 horas <i>Condición:</i> Obligatoria <i>Pre-requisito:</i> Ninguno</p>
<p><i>Competencia:</i> Comprender y aplicar los principios de la economía a nivel micro, explicando con claridad los fenómenos de interacción económica en las organizaciones.</p>
<p><i>Sumilla:</i> asignatura teórica y práctica del área de formación potencial que estudia las teorías y modelos microeconómicos (de mercado, del consumidor, del productor, externalidades) y sus aplicaciones para la gestión de las organizaciones; ejercita la habilidad de utilizar efectivamente los modelos económicos para analizar las operaciones y el contexto de las organizaciones; así como las actitudes de curiosidad, ética y responsabilidad social, pensamiento sistémico y creatividad.</p>
<p><i>Evaluación</i> (verificar las siguientes evidencias): Explica con pertinencia y solvencia los la conducta del consumidor, las tendencias del mercado, la conformación y la estructura de los costos y precios de los bienes y servicios.</p>
<p><i>Bibliografía básica:</i> Cerda José, Microeconomía: un enfoque latinoamericano, Palibrio, Blooming; Rivera, Principios de Microeconomía: un enfoque de sentido común, PUCP, 2014; Krugman, Introducción a la economía: microeconomía, Reverte, 2012.</p>

<p><i>Asignatura:</i> CONTABILIDAD GENERAL <i>Código:</i> AME304 <i>Semestre:</i> III <i>Créditos:</i> 3 <i>Carga Académica:</i> teoría: 2 horas, práctica: 2 horas, total: 4 horas <i>Condición:</i> Obligatoria <i>Pre-requisito:</i> Ninguno</p>
<p><i>Competencia:</i> Identifica, registra, procesa y elabora la información financiera de las organizaciones, aplicando los procedimientos y las normas contables básicas.</p>
<p><i>Sumilla:</i> Asignatura teórica y práctica del área formación potencial, que estudia los procedimientos contables, los comprobantes de pago, los libros contables y los estados financieros básicos y el marco normativo inherente; ejercita la habilidad para analizar la información utilizando las técnicas y las herramientas básicas relacionadas con la realidad financiera de las organizaciones; desarrolla las actitudes de ética, orden, equidad, prudencia y responsabilidad social.</p>
<p><i>Evaluación</i> (verificar las siguientes evidencias): emplea a cabalidad el PCGE, elabora los comprobantes de pago, emplea los libros contables para registrar y procesar los comprobantes de pago e internos, elabora el balance de comprobación, el Estado de Situación Financiera y el Estado de Resultados.</p>
<p><i>Bibliografía básica:</i> Ortega Rosa, Pacherras Ana y Díaz Ronald, Dinámica Contable: dinámica y casos prácticos, Ediciones Caballero Bustamante, Lima, 2010</p>

<p><i>Asignatura:</i> LEGISLACIÓN EMPRESARIAL I <i>Código:</i> AME305 <i>Semestre:</i> III <i>Créditos:</i> 3 <i>Carga Académica:</i> teoría: 2 horas, práctica: 2 horas, total: 4 horas <i>Condición:</i> Obligatoria <i>Pre-requisito:</i> Ninguno</p>
<p><i>Competencia:</i> Integrar al componente administrativo y empresarial el marco jurídico pertinente.</p>
<p><i>Sumilla:</i> asignatura teórica y práctica que estudia la legislación comercial y laboral del sector privado u público, desde la perspectiva de la gestión organizacional; ejercita la habilidad para para comprender las implicaciones jurídicas de la gestión en las organizaciones; así como la actitud de responsabilidad social y respeto a los derechos de las otras personas.</p>
<p><i>Evaluación</i> (verificar las siguientes evidencias): identifica y aplica el marco legal pertinente para la gestión de las organizaciones.</p>
<p><i>Bibliografía básica:</i> Congreso de la República, Ley General de Sociedades N° 26887, El Peruano, Lima; Ministerio del Trabajo y FE, Normas Laborales, http://www.mintra.gob.pe/mostrarContenido.php?id=54.</p>

<p>Asignatura: COMPORTAMIENTO HUMANO EN ORGANIZACIONES Código: AME306 Semestre: III Créditos: 3 Carga Académica: práctica: 2 horas, práctica: 2 horas, total: 4 horas Condición: Obligatoria Pre-requisito: Ninguno</p>
<p>Competencia: ubica adecuadamente al personal de acuerdo al comportamiento individual y grupal.</p>
<p>Sumilla: Asignatura teórica y práctica del área formación potencial Introduce al alumno en la comprensión del comportamiento humano en los espacios de trabajo, analizándolo a nivel de personas, de grupos y en relación con la organización. Se estudian las teorías y tendencias relacionadas con los fundamentos del comportamiento de las personas y se analizan sus procesos y modalidades. Para ello, se revisa la importancia de la cultura organizacional, la motivación, la actitud, la percepción, el liderazgo, el trabajo en equipo, los procesos de toma de decisiones y el uso de la creatividad e innovación, en el marco de las interrelaciones humanas y sociales en las organizaciones.</p>
<p>Evaluación (verificar las siguientes evidencias): Explica con pertinencia y solvencia los la conducta la conducta humana individual y grupal y su repercucion en las organizaciones.</p>
<p>Bibliografía básica: Comportamiento Organizacional.- Stephen Robbins / Timothy Judge.- Editorial Pearson Prentice Hall, Decimotercera edición. México, 2009; 2. Comportamiento Organizacional, impacto de las emociones.- Eduardo Soto / Simon Dolan. Ediciones Thomson Learning Ibero. México 2006. 3. Comportamiento Organizacional.- Adalberto Chiavenato, 2006. Editorial Thomson Corporation. México.</p>

<p>Asignatura: ACTIVIDAD INTEGRADORA I: DEPORTE Código: AME307 Semestre: III Créditos: 1 Carga Académica: práctica: 2 horas, total: 2 horas Condición: Obligatoria Pre-requisito: Ninguno</p>
<p>Competencia: Trabaja en equipo en el área de motricidad.</p>
<p>Sumilla: asignatura práctica que tiene la finalidad de desarrollar el trabajo en equipo a través de la práctica de los deportes: futbol, fulbito, volibol, básquet y otras actividades motrices; desarrolla las actitudes de tolerancia, apertura, flexibilidad, rechazo a la cultura de la violencia y defensa de la visión de equipo.</p>
<p>Evaluación (verificar las siguientes evidencias): se integra fácilmente a los grupos deportivos, artísticos y culturales, cumple el rol que se le asigna, promueve el compañerismo.</p>
<p>Bibliografía básica: De Hegedus Jorge (2008), Teoría y práctica del entrenamiento deportivo, Stadium, Buenos Aires; Ministerio de Educación (2002), La comunicación corporal, Fascículo auto instructivo N° 7, Lima; Jean le Bouch (2002), El movimiento en el desarrollo de la persona, Ed. Paidotribo; Lora J., La Educación corporal, Ed. Paidotribo, Barcelona; Pieron Maurice (2000), Didácticas de las actividades físicas y deportivas, Ediune.</p>

CUARTO SEMESTRE

<p>Asignatura: ESTADÍSTICA INFERENCIAL Código: AME401 Semestre: IV Créditos: 4 Carga Académica: teoría: 3 horas, práctica: 2 horas, total: 5 horas Condición: Obligatoria Pre-requisito: Estadística</p>
<p>Competencia: utiliza adecuadamente los métodos, las técnicas y los modelos estadísticos que den soporte a la investigación científica y tecnológica.</p>
<p>Sumilla: asignatura teórica y práctica del área de formación potencial, que estudia la estadística inferencial; ejercita la habilidad de diseñar y aplicar de manera efectiva las técnicas estadísticas para recoger y procesar información necesaria para contrastar las hipótesis; así como las actitudes de creatividad, apertura, creatividad y razonamiento lógico.</p>
<p>Evaluación (verificar las siguientes evidencias): emplea las técnicas estadísticas para recoger y procesar la</p>

información y los métodos estadísticos para contrastar las hipótesis.

Bibliografía básica: Camarero, Estadística para la Investigación Social, Alfaomega (Libun), 2013; Córdova, Estadística para la Investigación, Vol. I y II, San Marcos (Libun), 2013.

Asignatura: **DISEÑO Y DESARROLLO ORGANIZACIONAL**

Código: AME402

Semestre: IV

Créditos: 3

Carga Académica: teoría: 2 horas, práctica: 2 horas, total: 4 horas

Condición: Obligatoria

Pre-requisito: Administración General

Competencia: ejecuta el diseño y rediseño de estructuras organizacionales aplicando técnicas procedimientos organizacionales.

Sumilla: asignatura teórica y práctica del área de formación potencial, tiene el propósito de proporcionar: una visión global del medio en el que actualmente se desenvuelven las organizaciones. Así como, brindar los conocimientos y conceptos que le permitan, al alumno, participar en programa de diseño o rediseño de estructuras orgánicas.

Evaluación (verificar las siguientes evidencias): diseña y rediseña estructuras organizacionales.

Bibliografía básica: Daft, R. (2007) Teoría y diseño organizacional. (9ª Ed.) México: Thompson. (ISBN: 9706867538); Garza Treviño, Juan Gerardo.- Administración Contemporánea.- Cap. 1, pp. 1 - 38.- Editorial Mc Graw Hill.- Segunda edición.- México.- 1999.

Asignatura: **MARKETING GENERAL**

Código: AME403

Semestre: IV

Créditos: 3

Carga Académica: teoría: 2 horas, práctica: 2 horas, total: 4 horas

Condición: Obligatoria

Pre-requisito: Ninguno

Competencia: Identificar y argumentar sobre los elementos del mercadeo desde la perspectiva del cliente y del productor, con capacidad de tomar decisiones dentro del ámbito de su profesión.

Sumilla: asignatura teórica y práctica que estudia los fundamentos del mercadeo, el servicio como la esencia de la satisfacción de los clientes; ejercita la habilidad de identificar los diversos tipos de clientes de las organizaciones y de su profesión; así como las actitudes de sensibilidad hacia el servicio al cliente, ética y responsabilidad social.

Evaluación (verificar las siguientes evidencias): puede diseñar estrategias de mercadeo para mercados y negocios específicos tomando en consideración los factores pertinentes, identifica los diversos tipos de clientes de la organización, sus intereses y las diferentes acciones para atender correctamente a cada uno, define e implementa un programa de capacitación que logre socializar y apropiar en el personal los requisitos de los clientes y la cultura del servicio

Bibliografía básica: Kotler Philip y Kevin Keller, Marketing Management, Goodreads Inc, 2013; Lab Sag, Manual del usuario de Markestrated., 2010.

Asignatura: **MACROECONOMÍA**

Código: AME404

Semestre: IV

Créditos: 3

Carga Académica: teoría: 2 horas, práctica: 2 horas, total: 4 horas

Condición: Obligatoria

<i>Pre-requisito:</i> Microeconomía
<i>Competencia:</i> Comprender y aplicar los principios de la economía a nivel macro, explicando con claridad los fenómenos de interacción económica en las organizaciones.
<i>Sumilla:</i> asignatura teórica y práctica que estudia las teorías y modelos macroeconómicos (cuentas nacionales, oferta y demanda agregadas, modelos de crecimiento, mercado de trabajo, la inflación, el mercado financiero internacional, la globalización; ejercita la habilidad de utilizar efectivamente los modelos económicos para analizar las políticas económicas de los países; así como las actitudes de curiosidad, ética y responsabilidad social, pensamiento sistémico y creatividad.
<i>Evaluación</i> (verificar las siguientes evidencias): explica las repercusiones que tienen los indicadores macroeconómicos en una organización o sector industrial en su país y región
<i>Bibliografía básica:</i> Jones Charles, Macroeconomía, Bosch S. A., Barcelona, 2008.

<i>Asignatura:</i> LEGISLACIÓN EMPRESARIAL II
<i>Código:</i> AME405
<i>Semestre:</i> IV
<i>Créditos:</i> 3
<i>Carga Académica:</i> teoría: 2 horas, práctica: 2 horas, total: 4 horas
<i>Condición:</i> Obligatoria
<i>Pre-requisito:</i> Legislación Empresarial I
<i>Competencia:</i> Integrar al componente administrativo y empresarial el marco jurídico pertinente.
<i>Sumilla:</i> asignatura teórica y práctica que estudia el Código Tributario, Ley del IGV-ISC, Ley de Impuesto a la Renta, Ley de Impuestos Municipales y otros tributos; ejercita la habilidad para comprender las implicaciones jurídicas de la gestión en las organizaciones; así como la actitud de responsabilidad social y respeto a los derechos colectivos.
<i>Evaluación</i> (verificar las siguientes evidencias): identifica los elementos legales pertinentes al desenvolvimiento de la gestión en diversos tipos en organizaciones.
<i>Bibliografía básica:</i> D. S. 133-2013-EF (Código Tributario); D. S. 055-99-EF (TUO de la Ley del IGV-ISC); D. S. 179-2004-EF (TUO de la Ley del Impuesto a la Renta); D. Leg. 776 (Ley de Tributación Municipal).

<i>Asignatura:</i> LIDERAZGO PARA EL DESARROLLO ORGANIZACIONAL
<i>Código:</i> AME406
<i>Semestre:</i> IV
<i>Créditos:</i> 3
<i>Carga Académica:</i> teoría: 2 horas, práctica: 2 horas, total: 4 horas
<i>Condición:</i> Obligatoria
<i>Pre-requisito:</i> Comportamiento Humano en Organizaciones
<i>Competencia:</i> Organiza, Planifica y dirige actividades que le permitan afianzar el desarrollo y la práctica de las habilidades referentes al Liderazgo para un manejo adecuado de habilidades profesionales así como fomentar el desarrollo de equipos de trabajo en las organizaciones haciendo uso de la sinergia
<i>Sumilla:</i> asignatura teórica y práctica del área de formación potencial Liderazgo para el desarrollo organizacional, promueve en forma práctica la aplicación de los conocimientos necesarios para alcanzar un liderazgo de excelencia; como también desarrolla la capacidad de liderar organizaciones grupos de trabajo y dirigir personas. Asimismo, organiza actividades orientadas al trabajo en equipo, complementación de habilidades y sinergia en nuestros alumnos.
<i>Evaluación</i> (verificar las siguientes evidencias):
<i>Bibliografía básica:</i> FISCHMAN, David. El camino del Líder; FISCHMAN, David. El Liderazgo Transformacional Tomo I, II, III.

<p>Asignatura: ACTIVIDAD INTEGRADORA II: MÚSICA Y DANZA Código: AME407 Semestre: IV Créditos: 1 Carga Académica: práctica: 2 horas, total: 2 horas Condición: Obligatoria Pre-requisito: Ninguno</p>
<p>Competencia: Convivir en contextos de diversidad y disfrutar las expresiones culturales.</p>
<p>Sumilla: asignatura práctica que facilita ejercitar las habilidades musicales y dancísticas para integrarse con los demás, relajarse, divertirse sanamente, formar lazos de amistad, compañerismo y trabajo en equipo; desarrolla las actitudes de tolerancia, apertura, flexibilidad, rechazo a la cultura de la violencia y defensa de la visión del equipo.</p>
<p>Evaluación (verificar las siguientes evidencias): se integra fácilmente al desempeño en equipo, cumple el rol que se le asigna, promueve el compañerismo, disfruta las expresiones artísticas.</p>
<p>Bibliografía básica: Leymarie Isabelle, La música latinoamericana: ritmos y danzas de un continente, 1997.</p>

QUINTO SEMESTRE

<p>Asignatura: MARKETING ESTRATÉGICO Código: AME502 Semestre: V Créditos: 3 Carga Académica: teoría: 2 horas, práctica: 2 horas, total: 4 horas Condición: Obligatoria Pre-requisito: Marketing General</p>
<p>Competencia: identificar, diseñar y gestionar un plan de mercadeo que permita aprovechar las oportunidades comerciales y posicionarse en el mercado.</p>
<p>Sumilla: asignatura teórica y práctica que estudia el marco conceptual del marketing estratégico, análisis FODA, cadena de valor, análisis competitivo, análisis de cartera producto-mercado, localización de nichos de mercado, técnicas y estrategias recientes de marketing; ejercita la habilidad para identificar y utilizar la información sobre el mercado y la organización, diagnosticar la cartera de actividades, el atractivo del mercado de referencia y de la competitividad de la empresa; así como las actitudes de sensibilidad hacia el cliente, apertura hacia la interacción con otras personas, optimismo.</p>
<p>Evaluación (verificar las siguientes evidencias): propone y diseña estrategias novedosas y factibles de mercadeo y comercialización de productos y/o servicios.</p>
<p>Bibliografía básica: Marketing Estratégico, Editorial Vértice, España, 2008; Lambin Jean, Marketing Estratégico, ESIC, Colombia, 2003.</p>

<p>Asignatura: GESTIÓN PÚBLICA Código: AMEGP502 Semestre: V Créditos: 3 Carga Académica: teoría: 2 horas, práctica: 2 horas, total: 4 horas Condición: Obligatoria Pre-requisito: Ninguna</p>
<p>Competencia: diseña, implementa y gestiona las estructuras, procedimientos y sistemas de las entidades del sector gubernamental, alineado el gasto público con la creación del valor para la ciudadanía y logrando sinergias con los objetivos institucionales.</p>
<p>Sumilla: asignatura teórica y práctica de la formación potencial, que estudia la gestión pública bajo los enfoques estratégico y por resultados, analizando el valor público; la eficiencia, la eficacia del gasto público; la</p>

responsabilidad social del gerente público, el gobierno electrónico y evaluación del impacto de los programas públicos; ejercita las habilidades para integrar procesos alrededor de objetivos estratégicos y resultados, liderar equipos de trabajo comprometidos con la innovación permanente; y desarrolla las actitudes de apertura al trabajo, trabajo en equipos interdisciplinarios, disciplina y creatividad.

Evaluación (verificar las siguientes evidencias): diseña y aplica los procesos de mejora continua de los procedimientos administrativos del sector público, diseña las estructuras y procedimientos de las entidades públicas.

Bibliografía básica: Moore Mark, Gestión Estratégica y creación del valor en el sector público, Paidós Ibérica, Barcelona; Hitt, Ireland y Hoskisson, Administración Estratégica: creatividad y globalización, conceptos y casos, Cengage Learning, México, 2008; Pior Diego y otros, Nuevas tendencias en la gestión pública: bases conceptuales y aplicaciones prácticas, ACCID, Barcelona, 2011.

Asignatura: **GESTIÓN AMBIENTAL**

Código: AME503

Semestre: V

Créditos: 3

Carga Académica: teoría: 2 horas, práctica: 2 horas, total: 4 horas

Condición: Obligatoria

Pre-requisito: Ninguno

Competencia: explica e imparte conocimientos de las características, problemáticas, y alteraciones o degradaciones de los diferentes componentes del medio ambiente.

Sumilla: asignatura teórica y práctica de la formación potencial, Contribuye a que el estudiante identifique y describa aspectos e impactos generados por la actividad humana sobre el medio ambiente. Permite, además, proponer alternativas de solución para minimizar o eliminar estos efectos, mediante la implementación de un Sistema de Gestión Ambiental (SGA) según ISO 14001:2004. Los principales temas son: Gestión ambiental en la empresa pública. Empresa pública y medio ambiente. Evaluación ambiental, normatividad y reglamentación ambiental. Sistema de gestión ambiental (ISO 14001:2004).

Evaluación (verificar las siguientes evidencias): describe y conoce aspectos e impactos generados por la actividad humana sobre el medio ambiente.

Bibliografía básica: CONESA V. VITORA, 1997, instrumentos de la gestión ambiental de la empresa. Ediciones Mundi Prensa. Madrid España.

Asignatura: **INFORMÁTICA GERENCIAL**

Código: AME504

Semestre: V

Créditos: 3

Carga Académica: teoría: 2 horas, práctica: 2 horas, total: 4 horas

Condición: Obligatoria

Pre-requisito: Ninguna

Competencia: Buscar, seleccionar, utilizar y evaluar la información actualizada y pertinente para la toma de decisiones en su campo profesional.

Sumilla: asignatura teórica y práctica que estudia la teoría de la información, los sistemas de información y la teoría de la decisión; ejercita las habilidades para identificar, explorar y extraer de diversas fuentes de información que se requiera para la toma de decisiones y la capacidad de auto gestionar su aprendizaje; así como las actitudes de curiosidad, persistencia, objetividad, apertura y creatividad. Se recomienda practicar los aspectos operativos de los simuladores de negocios.

Evaluación (verificar las siguientes evidencias): reconoce y utiliza tecnologías informáticas apropiadas para gestionar las actividades organizacionales (marketing, finanzas, producción, etc.) y la gerencia general, utiliza al menos un simulador de negocios para ejercitar la toma de decisiones.

Bibliografía básica: COHEN y ASIN. 2000 Sistemas de Información un enfoque de toma de decisiones. 3ª Edición. Mc Graw Hill

<p>Asignatura: MATEMÁTICAS FINANCIERAS Código: AME505 Semestre: V Créditos: 4 Carga Académica: teoría: 3 horas, práctica: 2 horas, total: 5 horas Condición: Obligatoria Pre-requisito: Análisis Matemático</p>
<p>Competencia: utiliza de manera apropiada las matemáticas financieras para calcular el rendimiento de las inversiones, el costo de financiamiento, el valor de los activos y pasivos en el marco de las NIIF.</p>
<p>Sumilla: asignatura teórica y práctica del área de formación potencial que estudia el flujo de dinero, valor del dinero en el tiempo: valor presente y valor futuro; mercado de tasas de interés: nominal, efectiva, descuento real, inflación; ecuaciones de valor o de equivalencia financiera; planes de pago; teoría de rentas, análisis de rentas diferidas y perpetuas; depreciación; evaluación financiera: VAN, TIR, B/C, período de recuperación; ejercita la habilidad para aplicar de manera efectiva las técnicas y herramientas de análisis financiero; así como las actitudes de creatividad y razonamiento lógico.</p>
<p>Evaluación (verificar las siguientes evidencias): Aplica los métodos, modelos y herramientas de análisis financiero para tomar decisiones relacionadas a la inversión y el financiamiento.</p>
<p>Bibliografía básica: Kenneth, Agee y Pratt, Ingeniería Económica, Limusa, México, 2001; Pastor Guillermo, Matemáticas Financieras, Limusa, 2004; Aliaga, Matemáticas Financieras, interés y descuento, Autores Nacionales, 2009.</p>

<p>Asignatura: ADMINISTRACIÓN DEL TALENTO HUMANO Código: AME506 Semestre: V Créditos: 3 Carga Académica: teoría: 2 horas, práctica: 2 horas, total: 4 horas Condición: Obligatoria Pre-requisito: Comportamiento Humano en Organizaciones</p>
<p>Competencia: Reconoce, lidera y administra el talento humano para el logro y consecución de los objetivos de la organización.</p>
<p>Sumilla: asignatura teórica del área de formación potencial, que estudia la gestión por competencias, selección, integración y retribución del personal, así como el reconocimiento, gestión y revelación del capital intelectual en los EE FF en el marco de la NIC 38: Activos Intangibles; ejercita la habilidad para gestionar la contribución del talento humano a desarrollo de la organización y aplicar la NIC 38 para reconocer y revelar los activos intangibles; desarrolla la actitud de reconocimiento de la contribución del personal y los activos intangibles en el desarrollo de la organización.</p>
<p>Evaluación (verificar las siguientes evidencias): desarrolla los sistemas de selección y contratación del personal, evalúa la calidad de su participación en el desarrollo de la organización, propone sistemas de mejora, analiza y diseña sistema de remuneración e incentivos, aplica la NIC 38 para registrar y revelar los activos intangibles en los EE. FF.</p>
<p>Bibliografía básica: Alba, Gestión de recursos laborales, formativos y análisis de puestos de trabajo, Paraninfo, 2015; Alles, Dirección estratégica de recursos humanos: gestión, Granica, 2014; Alles, Selección por Competencias, Granica, 2015; Arias, Administración de recursos humanos para el alto desempeño, Trillas, 2013.</p>

<p>Asignatura: INGLES BÁSICO Código: AME507 Semestre: V Créditos: 3 Carga Académica: teoría: 2 horas, práctica: 2 horas, total: 4 horas Condición: Obligatoria Pre-requisito: Ninguno</p>
<p>Competencia: se comunica en el idioma inglés (lee, habla y escribe) utilizando términos y expresiones básicas.</p>
<p>Sumilla: asignatura teórica y práctica del área de formación potencial, que estudia la gramática inglesa básica referente a <i>nouns: all forms; pronouns: all forms; present verb to be; numbers; Wh questions; present continuous: all forms; conjugation other verbs: all times and forms; read and write simple accounting texts;</i></p>

ejercita las habilidades de lectura, traducción y escritura básicas en inglés; desarrolla las actitudes de apertura a la globalización, autonomía, pensamiento y comunicación intercultural.
<i>Evaluación</i> (verificar las siguientes evidencias): Tiene dominio básico de la gramática inglesa; lee, traduce y redacta textos simples de contabilidad en inglés.
<i>Bibliografía básica</i> : Viñes, Grammar learning through strategy training, Universidad de Valencia, España, 2003; Díaz, A world of english a world of translation, Universidad de Jaén, 2005; Lassaque, English for Accountancy, http://www.avlt.com.ar/archivos/libro/19_efora3.pdf .

SEXTO SEMESTRE

<p><i>Asignatura</i>: MARKETING OPERATIVO <i>Código</i>: AME601 <i>Semestre</i>: VI <i>Créditos</i>: 3 <i>Carga Académica</i>: teoría: 2 horas, práctica: 2 horas, total: 4 horas <i>Condición</i>: Obligatoria <i>Pre-requisito</i>: Marketing Estratégico</p>
<i>Competencia</i> : diseñar y gestionar las actividades de comercialización y la promoción de los bienes y servicios de las organizaciones.
<i>Sumilla</i> : asignatura teórica y práctica que estudia las técnicas para diseñar el marketing mix (producto, precio, plaza y publicidad), elaborar las políticas comerciales, la organización de la fuerza de ventas, la dirección y auditoría de marketing; ejercita la habilidad para decidir e implementar las decisiones para estructurar mezclas de marketing coherentes con las estrategias determinadas; así como las actitudes de sensibilidad hacia el cliente, apertura hacia la interacción con otras personas, optimismo.
<i>Evaluación</i> (verificar las siguientes evidencias): resuelve efectivamente casos y problemas de mercadeo con soluciones prácticas y novedosas.
<i>Bibliografía básica</i> : Barrientos Pedro, Marketing Operativo, Editorial Académica Española, 2012.

<p><i>Asignatura</i>: NEUROMARKETING <i>Código</i>: AME602 <i>Semestre</i>: VI <i>Créditos</i>: 3 <i>Carga Académica</i>: teoría: 2 horas, práctica: 2 horas, total: 4 horas <i>Condición</i>: Obligatoria <i>Pre-requisito</i>: Marketing General</p>
<i>Competencia</i> : Emplea los aportes del neuromarketing en acciones de comercialización, considerando los procesos cerebrales en la determinación de la conducta de los clientes.
<i>Sumilla</i> : La asignatura pertenece al área curricular de formación profesional especializada, es teórico - práctica y tiene por propósito comprender los aportes de las investigaciones sobre los procesos cerebrales y el conocimiento de la mente del cliente como objetivo, en la elección de una marca, compra de un producto o en la interpretación de los mensajes publicitarios. Desarrolla las siguientes unidades de aprendizaje: 1. Neurociencias y sus aplicaciones a la dirección de organizaciones. 2. Neurociencias aplicadas a la investigación del consumidor y a las decisiones estratégicas de segmentación y posicionamiento. 3. Neurociencias Aplicadas a las estrategias de productos, marcas y precios. 4. Neurociencias aplicadas a las estrategias de distribución y comunicaciones integradas.
<i>Evaluación</i> (verificar las siguientes evidencias): Aplica estrategias de neurociencia al mercadeo considerando el menor costo para el trabajo de marketing y para la empresa.
<i>Bibliografía básica</i> : Malfitano, O. (2007). Neuromarketing; cerebrendo negocios y servicios. Bs. Aires: Edit. Granica S.A; Braidot, N (2009). Neuromarketing. España: Edit. Granica.

<p>Asignatura: PLANEAMIENTO Y CONTROL Código: AME603 Semestre: VI Créditos: 3 Carga Académica: teoría: 2 horas, práctica: 2 horas, total: 4 horas Condición: Obligatoria Pre-requisito: Ninguno</p>
<p>Competencia: Emplea las técnicas de la planificación y control para proyectar, desarrollar y evaluar el desempeño de las entidades públicas y el ejercicio profesional.</p>
<p>Sumilla: asignatura teórica y práctica del área de formación potencial, que estudia los fundamentos y el modelo del planeamiento estratégico: definición de la visión y la misión, diagnóstico PEST y FODA, definición de objetivos, metas, estrategias, programas, actividades, presupuesto, bases e instrumentos de la gestión estratégica: tablero de mando y el control de desempeño; ejercita las habilidades para integrar procesos alrededor de objetivos debidamente planificados, de negociación, para crear y desarrollar equipos efectivos de trabajo, para la innovación permanente de los sistemas; así como la actitud de apertura al trabajo con otras e integración de equipos interdisciplinarios, disciplina y creatividad.</p>
<p>Evaluación (verificar las siguientes evidencias): diseña la visión y la misión de las organizaciones, desarrolla el diagnóstico PEST y FODA, define los objetivos, metas, estrategias, programas, actividades, presupuesto; diseña y aplica el tablero de mando para dirigir y controlar las operaciones de la entidad.</p>
<p>Bibliografía básica: U de Costa Rica, Gestión Estratégica, http://www.cendeisss.sa.cr/cursos/decimasegundaguaia.pdf; Chiavenato, Planeación Estratégica: fundamentos y aplicaciones, Mc Graw Hill, 2011; Scali, Tablero de Mando en las PYMES, Alfaomega, 2013.</p>

<p>Asignatura: FORMULACIÓN Y EVALUACIÓN DE PROYECTOS Código: AME604 Semestre: VI Créditos: 3 Carga Académica: teoría: 2 horas, práctica: 2 horas, total: 4 horas Condición: Obligatoria Pre-requisito: Ninguno</p>
<p>Competencia: formula proyectos de inversión.</p>
<p>Sumilla: asignatura teórica y práctica del área de formación potencial, tiene por propósito de formular proyectos de inversión orientados a la actividad privada como social, con la finalidad de optimizar el uso de los recursos, disminuir la incertidumbre ligada a la inversión de recursos escasos, incrementando las posibilidades de éxito en el emprendimiento de los negocios. El curso comprende el estudio de mercado, estudio técnico, estudio económico y financiero, evaluación costo beneficio del proyecto. Proyectos sociales según el Sistema Nacional de Inversión Pública, evaluación de proyectos sociales a través del método costo beneficio y de costo efectividad, evaluación ambiental.</p>
<p>Evaluación (verificar las siguientes evidencias):</p>
<p>Bibliografía básica: PAUTAS PARA IDENTIFICAR, FORMULAR Y EVALUAR PROYECTOS. Ángel Ginestar. Ediciones Macchi; FUNDAMENTOS DE PREPARACIÓN Y EVALUACIÓN DE PROYECTOS. Nassir Sapag Chain. Y Reynaldo Sapag Chain. Libardo Daza.</p>

<p>Asignatura: INVESTIGACIÓN DE MERCADOS Código: AME605 Semestre: VI Créditos: 4 Carga Académica: teoría: 3 horas, práctica: 2 horas, total: 5 horas Condición: Obligatoria Pre-requisito: Estadística</p>
<p>Competencia: diseña y desarrolla rigurosas investigaciones del mercado de los bienes y servicios, tanto en el contextos nacional como internacional.</p>
<p>Sumilla: asignatura teórica y práctica que estudia el marco conceptual y la importancia gerencial de la investigación de mercados, el diseño del proyecto, las técnicas y los modelos particulares de recolección y</p>

procesamiento de datos, análisis y presentación de los resultados de la investigación; ejercita la habilidad para aplicar las técnicas de investigación cualitativa y cuantitativa; así como las actitudes de creatividad, análisis crítico, razonamiento lógico, orden y prudencia.

Evaluación (verificar las siguientes evidencias): aplica el método científico y otros métodos para desarrollar de manera consistente y riguroso las investigaciones de mercado.

Bibliografía básica: Siskund y Babin, Investigación de Mercados, Cengage Learning, México, 2008.

Asignatura: COSTEO Y ESTRATEGIAS DE PRECIOS

Código: AME606

Semestre: VI

Créditos: 3

Carga Académica: teoría: 2 horas, práctica: 2 horas, total: 4 horas

Condición: Obligatoria

Pre-requisito: Contabilidad General

Competencia: Analiza, interpreta y elabora los conceptos de costos, gastos y de los elementos del costo de producción, desde sus orígenes hasta su aplicación a base de procedimientos y técnicas adecuadas demostrando creatividad y sentido de responsabilidad

Sumilla: La asignatura pertenece al área curricular e formación profesional, es de naturaleza teórica y práctica, tiene por propósito generar capacidades procedimentales y actitudinales, para la toma de decisiones. Organiza sus contenidos en las siguientes unidades de aprendizaje: I. Los Costos su Importancia en la Toma de Decisiones. II. La Mano de Obra: Control y manejo eficiente. III. La Carga Fabril: Su administración y distribución. IV. Los Presupuesto: Importancia en el manejo Empresarial.

Evaluación (verificar las siguientes evidencias): Aplica métodos apropiados en la determinación de los costos y lo diferencia de acuerdo a la actividad

Bibliografía básica: Administración de Costos Contabilidad y Control, Don R. Hansen, Maryanne M. Mowen. Editorial Thomson. 5ª. Edición 2007

Asignatura: INGLÉS INTERMEDIO

Código: AME607

Semestre: VI

Créditos: 3

Carga Académica: teoría: 2 horas, práctica: 2 horas, total: 4 horas

Condición: Obligatoria

Pre-requisito: Inglés Básico

Competencia: describe y explica los objetos, fenómenos y métodos utilizando el idioma inglés, asimismo traduce textos contables y administrativos habituales del inglés al español y viceversa.

Sumilla: asignatura teórica y práctica del área de formación potencial, que estudia los discursos narrativos, descriptivos y epistolar en inglés, la correlación entre tiempos verbales, el uso de verbos modales, formas pasivas, oraciones condicionales, sinónimos, antónimos, uso de conectores y puntuación; ejercita las habilidades de describir y explicar los objetos, hechos y técnicas contables utilizando el inglés; desarrolla las actitudes de apertura a la globalización, autonomía, pensamiento y comunicación intercultural.

Evaluación (verificar las siguientes evidencias): tiene dominio relativamente desarrollado de la gramática inglesa; lee y redacta textos contables y administrativos habituales en inglés y los traduce al español y viceversa.

Bibliografía básica: Viñes, Grammar learning through strategy training, Universidad de Valencia, España, 2003; Díaz, A world of english a world of translation, Universidad de Jaén, 2005; Lassaque, English for Accountancy, http://www.avlt.com.ar/archivos/libro/19_efora3.pdf

SÉTIMO SEMESTRE

Asignatura: DIRECCIÓN DE VENTAS

Código: AME701

Semestre: VII

Créditos: 3

Carga Académica: teoría: 2 horas, práctica: 2 horas, total: 4 horas

<i>Condición:</i> Obligatoria
<i>Pre-requisito:</i> Costeo y Estrategias de Precios
<i>Competencia:</i> planifica, organiza, supervisa y dirigir la actividad de la Fuerza de Ventas, para conseguir los objetivos empresariales que garanticen la proyección de la compañía a corto, mediano y largo plazo.
<i>Sumilla:</i> El curso es de naturaleza teórica, pertenece al área curricular de formación gerencia. y tiene como propósito la selección de mercados objetivos en los que se puedan lograr ventas más eficientes reflejadas en la retención de clientes y en socios comerciales. Los temas principales son: Gestión de la Gerencia de Ventas como parte de la Dirección Comercial. Core Business del Negocio, propuesta de valor y estrategias Comerciales basadas en el Mix de Marketing. Desarrollo de la Propuesta de Valor, proceso de la toma de decisiones y el uso de los sistemas de información gerencial para la entrega de valor. Plan de Ventas, plan comunicacional y el uso de alianzas estratégicas para un crecimiento rentable a largo Plazo.
<i>Evaluación</i> (verificar las siguientes evidencias): Aplica técnicas de planificación, organización, dirección y control en ventas
<i>Bibliografía básica:</i> Administración de ventas, Mark W. Johnston y Grez W Marshall, séptima edición. Editorial MC Graw Hill 2004.

<i>Asignatura:</i> ESTRATÉGIAS DE MARKETING RELACIONAL
<i>Código:</i> AME702
<i>Semestre:</i> VII
<i>Créditos:</i> 3
<i>Carga Académica:</i> teoría: 2 horas, práctica: 2 horas, total: 4 horas
<i>Condición:</i> Obligatoria
<i>Pre-requisito:</i> Marketing Operativo
<i>Competencia:</i> Habilidad para analizar, buscar y discriminar información proveniente de fuentes diversas.
<i>Sumilla:</i> Esta asignatura es de naturaleza teórico-práctica y tiene como propósito que los estudiantes estén en capacidad de desarrollar un Plan de gestión de la relaciones con el Cliente, haciendo uso de la estrategia, herramientas y técnicas de Marketing Relacional en un entorno real. Los temas principales son: Elementos fundamentales del marketing relacional y la estrategia relacional; Fidelización, vinculación y retención de clientes; Customer Relationship Management.
<i>Evaluación</i> (verificar las siguientes evidencias):
<i>Bibliografía básica:</i> Chiesa, C. (2009). CRM. Las 5 Pirámides del Marketing Relacional. Editorial Deusto. Barcelona. ISBN: 978-84-234-2721-5

<i>Asignatura:</i> GERENCIA ESTRATEGIAS
<i>Código:</i> AME703
<i>Semestre:</i> VII
<i>Créditos:</i> 3
<i>Carga Académica:</i> teoría: 2 horas, práctica: 2 horas, total: 4 horas
<i>Condición:</i> Obligatoria
<i>Pre-requisito:</i> Administración General
<i>Competencia:</i> Comprende los conocimientos de la gerencia estratégica y su aplicación en la empresa.
<i>Sumilla:</i> El curso de Gestión Estratégica de Empresas es de naturaleza teórico-práctico. Tiene como propósito que el estudiante desarrolle competencias para la toma de decisiones estratégicas en la empresa además de una visión global de los objetivos organizacionales que le permitan ser más exitosas y competitivas en el contexto nacional e internacional. Temas principales: el proceso estratégico, la administración estratégica integral, desarrollo e implantación estratégica, medición del desempeño organizacional, informe gerencial.
<i>Evaluación</i> (verificar las siguientes evidencias): Definir y analizar los conceptos generales de la gerencia estratégica
<i>Bibliografía básica:</i> Administración Estratégica; México D.F.: McGraw Hill, Interamericana 2011489p

<i>Asignatura:</i> GESTIÓN DE LA CALIDAD
<i>Código:</i> GP704
<i>Semestre:</i> VII
<i>Créditos:</i> 3
<i>Carga Académica:</i> teoría: 2 horas, práctica: 2 horas, total: 4 horas

<p><i>Condición:</i> Obligatoria <i>Pre-requisito:</i> Ninguno</p>
<p><i>Competencia:</i> analiza y explica las actividades fundamentales de la administración de calidad, como instrumento de gestión dentro de la administración pública.</p>
<p><i>Sumilla:</i> Asignatura teórico práctico de naturaleza obligatoria; analiza la importancia de facilitar a los alumnos el proceso de aprendizaje utilizando herramientas técnicas y conceptos para evaluar y conocer la administración de la calidad. Se da cuenta que las mejoras en la prestación de servicios aplicando calidad son esenciales para las funciones de las organizaciones públicas.</p>
<p><i>Evaluación</i> (verificar las siguientes evidencias): aplica modelos de calidad como instrumento de gestión dentro la administración pública.</p>
<p><i>Bibliografía básica:</i> CAMISÓN S., CRUZ T. “Gestión de la calidad: Concepto, enfoque, modelo y sistemas”. Ed. Pearson Madrid, 2007; GRYNA R., CHUA J. “Método Juran, Análisis y Planeación de la calidad. Ed. Mc Graw Hill, México 5ª edición, 2007.</p>

<p><i>Asignatura:</i> INVESTIGACIÓN DE OPERACIONES <i>Código:</i> AME705 <i>Semestre:</i> VII <i>Créditos:</i> 4 <i>Carga Académica:</i> teoría: 3 horas, práctica: 2 horas, total: 5 horas <i>Condición:</i> Obligatoria <i>Pre-requisito:</i> Análisis Matemático</p>
<p><i>Competencia:</i> construir modelos cuantitativos y cualitativos que coadyuven a la gestión de las operaciones y la toma de decisiones.</p>
<p><i>Sumilla:</i> asignatura teórica y práctica que estudia los técnicas de la investigación operativa para construir modelos cuantitativos y cualitativos; ejercita la habilidad de modelar las operaciones de las organizaciones; así como las actitudes de creatividad, apertura, creatividad y razonamiento lógico.</p>
<p><i>Evaluación</i> (verificar las siguientes evidencias): desarrolla el pensamiento lógico-matemático para modelar situaciones de evaluación de proyectos, tendencias del mercado, ventas, balanceo de líneas de producción, entre otros, y mediante su análisis, tomar decisiones para una organización.</p>
<p><i>Bibliografía básica:</i> Winston Wayne, Investigación de Operaciones: Aplicaciones y Algoritmos, Thomson, México, 2005.</p>

<p><i>Asignatura:</i> ADMINISTRACIÓN LOGÍSTICA <i>Código:</i> AME706 <i>Semestre:</i> VII <i>Créditos:</i> 3 <i>Carga Académica:</i> teoría: 2 horas, práctica: 2 horas, total: 4 horas <i>Condición:</i> Obligatoria <i>Pre-requisito:</i> Planeamiento y Control</p>
<p><i>Competencia:</i> opera y/o administra los sistemas de logística interna (gestión de insumos de producción) y externos (gestión de productos para la comercialización).</p>
<p><i>Sumilla:</i> asignatura teórica y práctica de formación potencial, que estudia los sistemas integrales de logística, la estructura de la cadena de valor en las organizaciones, sistemas de integración organizacional, sistemas de gestión de calidad; ejercita la habilidad para negociar, integrar y dinamizar equipos de trabajo; así como las actitudes de apertura hacia la interacción con otras personas, trabajo en equipo.</p>
<p><i>Evaluación</i> (verificar las siguientes evidencias): identifica y expone con claridad los elementos de las cadenas de valor en las organizaciones, propone y despliega mejoramientos en las cadenas de valor, identifica y gestiona con efectividad procesos logísticos en las organizaciones, tanto en áreas de producción de bienes y servicios como en la distribución de éstos.</p>
<p><i>Bibliografía básica:</i> Anaya Julio, Logística Integral: la gestión operativa de la empresa, ESIC, Madrid, 2011; Ballou, Logística: administración de la cadena de suministro, Pearson, 2004; Castan, La logística en la empresa: un área estratégica para alcanzar ventajas, Pirámide, 2012; Christopher, Logística: aspectos estratégicos, Limusa, 2013; Errasti, Logística de almacenaje: diseño y gestión de almacenes y plataformas</p>

logísticas, Pirámide, 2011.

Asignatura: INGLÉS AVANZADO

Código: AME707

Semestre: VII

Créditos: 3

Carga Académica: teoría: 2 horas, práctica: 2 horas, total: 4 horas

Condición: Obligatoria

Pre-requisito: Inglés Intermedio

Competencia: lee, analiza y produce textos narrativos y argumentativos en inglés, sobre las temáticas relacionadas con la contabilidad, en particular las NIIF.

Sumilla: asignatura teórica y práctica del área de formación potencial, que estudia temas de gramática referidas a la revisión e integración de tiempos verbales simples y complejos, conectores secuenciales, frases adverbiales, orden oracional, cohesión, contraste, causa-efecto, modo y efecto, producción y análisis de textos contables, en particular las NIIF;

Evaluación (verificar las siguientes evidencias): Emplea con fluidez la gramática inglesa; lee y redacta textos contables en inglés, en particular las NIIF, los traduce al español y viceversa.

Bibliografía básica: Viñes, Grammar learning through strategy training, Universidad de Valencia, España, 2003; Díaz, A world of english a world of translation, Universidad de Jaén, 2005; Lassaque, English for Accountancy, http://www.avlt.com.ar/archivos/libro/19_efora3.pdf

OCTAVO SEMESTRE

Asignatura: MARKETING DE SERVICIOS

Código: AME801

Semestre: VIII

Créditos: 3

Carga Académica: teoría: 2 horas, práctica: 2 horas, total: 4 horas

Condición: Obligatoria

Pre-requisito: Marketing Operativo

Competencia: Capacidad para identificar y analizar correctamente los factores que influyen en el comportamiento de los consumidores desde la perspectiva de marketing

Sumilla: La asignatura cubre el total espectro de las características particulares del marketing de los servicios tanto para empresas de servicios puros como para empresas de producto tangible que necesitan dar servicio como valor intrínseco o añadido al producto. Describe el universo de los servicios, profundizando en el diseño de los mismos, la gestión de los procesos, la medición y las estrategias empresariales derivadas.

Evaluación (verificar las siguientes evidencias): planifica estrategias en las empresas de servicios.

Bibliografía básica: Zeithalm, Valerie A. (2002): "Marketing de servicios: un enfoque de integración del cliente a la empresa". McGraw-Hill. México.

Asignatura: PUBLICIDAD Y PROMOCIÓN DE VENTAS

Código: AME802

Semestre: VIII

Créditos: 3

Carga Académica: teoría: 2 horas, práctica: 2 horas, total: 4 horas

Condición: Obligatoria

Pre-requisito: Ninguno

Competencia: Comprende el procesamiento de la información y comunicaciones de marketing integrada.

Sumilla: Esta asignatura es de carácter teórico – práctico, se propone desarrollar las competencias necesarias para comprender el mix comunicacional de marketing y la efectividad publicitaria. Mediante este curso los alumnos obtendrán capacidades para desarrollar campañas publicitarias que logren persuadir a la audiencia a través de medios convencionales y nuevos medios con capacidad de análisis, síntesis y pensamiento crítico. La asignatura analiza y estudia la promoción de ventas, tipología de promociones de ventas, actividades promocionales a nivel mayorista y minorista. También incluye el estilo y la estrategia publicitaria, factores que influyen en la eficacia publicitaria así como las técnicas para la medición de la eficacia publicitaria

Evaluación (verificar las siguientes evidencias): Elabora estrategias de mensaje persuasivos de comunicación

Bibliografía básica: Kotler, P. & Keller, K. (2006). Dirección de Marketing. México: Pearson Educación,

Prentice Hall.

Asignatura: GERENCIA DE PROYECTOS

Código: AME804

Semestre: VIII

Créditos: 3

Carga Académica: teoría: 2 horas, práctica: 2 horas, total: 4 horas

Condición: Obligatoria

Pre-requisito: Formulación y Evaluación de Proyectos

Competencia: Ejecuta y evalúa planes de negocios y proyectos de inversión considerando su viabilidad y el impacto en la sociedad.

Sumilla: La asignatura pertenece al área curricular de formación especializada, es teórico - práctica y tiene el propósito de comprender y aplicar las técnicas de implementación y evaluación de proyectos empresariales.

Desarrolla las siguientes unidades de aprendizaje: 1. Análisis del marco general del proceso de gestión de proyectos. 2. Organización de la administración del proyecto. 3. Técnicas de programación para la optimización del proyecto. 4. Evaluación de proyectos.

La asignatura exige del estudiante la presentación de un informe de monitoreo de la implementación y desarrollo de un proyecto empresarial.

Evaluación (verificar las siguientes evidencias): Aplica técnicas de programación para la optimización del proyecto con criterio sistémico.

Bibliografía básica: Andía, Walter (2010). Gerencia de proyectos sociales y de inversión social. Lima: El Saber; Davidson, F. (2005). La Nueva Dirección de Proyectos. Herramienta para una era de cambios rápidos. Buenos Aires: Granica.

Asignatura: ADMINISTRACIÓN FINANCIERA

Código: AMEP805

Semestre: VIII

Créditos: 4

Carga Académica: teoría: 3 horas, práctica: 2 horas, total: 5 horas

Condición: Obligatoria

Pre-requisito: Matemáticas Financieras

Competencia: Orienta la gestión financiera de la organización hacia la creación de valor a partir de modelos de valoración, riesgo y gestión del capital de trabajo, las inversiones y el financiamiento.

Sumilla: asignatura teórica y práctica del área de formación potencial, que estudia el marco conceptual de la administración financiera, revisión de métodos de análisis financiero, los instrumentos financieros, el costo de capital, decisiones estratégicas de financiamiento, gestión de capital de trabajo, gestión de las inversiones, fusiones y absorciones, mercado emergentes de capital; ejercita las habilidades para diseñar modelos de gestión financiera, vincularlos con los factores externos, como elementos generadores de riesgo y para analizar la información financiera con criterios de efectividad; así como las actitudes de sentido crítico, ética y compromiso con la organización.

Evaluación (verificar las siguientes evidencias): identifica con precisión las cadenas de valor de la organización, propone y gestiona los sistemas de ajuste a las cadenas de valor de manera que optimicen su efectividad.

Bibliografía básica: Ehrhardt y Brigham, Finanzas Corporativas, Cengage Learning, México, 2007; Escribano, Gestión Financiera, Paraninfo, 2011; De Pablo, Gestión Financiera, Ramón Areces, 2010.

Asignatura: AUDITORIA DE DESEMPEÑO

Código: AME806

Semestre: VIII

Créditos: 3

Carga Académica: teoría: 2 horas, práctica: 2 horas, total: 4 horas

Condición: Electivo

Pre-requisito: Planeamiento y Control

Competencia: Evalúa las competencias organizaciones, técnicas y conductuales de las entidades públicas, empleando las directivas emitidas por la Contraloría General de la República.

<p><i>Sumilla:</i> asignatura teórica y práctica del área de formación especializada, que estudia los principios, las técnicas y los procedimientos y el marco legal de la auditoría de desempeño: Resolución de Contraloría N° 008-2015-CG; ejercita las habilidades para evaluar las competencias organizacionales, técnicas y conductuales, aplicando las técnicas y procedimientos de la auditoría de desempeño así como trabajar en equipo; desarrolla las actitudes de legalidad, prudencia, equidad, transparencia, puntualidad, disciplina.</p>
<p><i>Evaluación</i> (verificar las siguientes evidencias): Aplica las técnicas y procedimientos de la auditoría de desempeño para evaluar las competencias organizaciones, técnicas y conductuales de las entidades públicas.</p>
<p><i>Bibliografía básica:</i> Resolución de Contraloría N° 008-2015-CG: INTOSAI, Principios Fundamentales de Auditoría de Desempeño, http://es.issai.org/media/79469/issai-300-s-new.pdf</p>

<p><i>Asignatura:</i> TALLER DE PROYECTO DE TESIS</p> <p><i>Código:</i> AME807</p> <p><i>Semestre:</i> VIII</p> <p><i>Créditos:</i> 3</p> <p><i>Carga Académica:</i> teoría: 2 horas, práctica: 2 horas, total: 4 horas</p> <p><i>Condición:</i> Obligatoria</p> <p><i>Pre-requisito:</i> Estadística Inferencial</p>
<p><i>Competencia:</i> elaborar proyectos de investigación conducentes a la tesis de grado o título.</p>
<p><i>Sumilla:</i> asignatura teórica y práctica del área de formación potencial, que estudia la metodología de la elaboración de los proyectos de investigación; ejercita la habilidad para identificar y plantear el problema de investigación, los objetivos, la justificación, variables, hipótesis, marco teórico, el método y los aspectos administrativos; desarrolla las actitudes de innovación, aplicación práctica de las teorías, principios y conceptos, creatividad, orden, pensamiento sistémico.</p>
<p><i>Evaluación</i> (verificar las siguientes evidencias): elabora un proyecto de tesis creativo, pertinente y factible.</p>
<p><i>Bibliografía básica:</i> Ander-egg, Aprender a Investigar, Brujas, 2015; Cifuentes, Diseño de proyectos de investigación cualitativa, Ed. Novedades, 2014; Córdoba, El proyecto de investigación cuantitativa, San Marcos, 2014; García, La tesis y el trabajo de tesis, Limusa, 2013; Hernández, Metodología de la investigación para bachillerato, Mc Graw-Hill, 2013; UJCM, Reglamento de Grados y Título de la UJCM, http://www.ujcm.edu.pe/sites/default/files/field/archivos/reglamentos/reglamento_de_grados_y_titulos.pdf.</p>

NOVENO SEMESTRE

<p><i>Asignatura:</i> SIMULACIÓN DE NEGOCIOS LABSAG</p> <p><i>Código:</i> AME901</p> <p><i>Semestre:</i> IX</p> <p><i>Créditos:</i> 3</p> <p><i>Carga Académica:</i> teoría: 2 horas, práctica: 2 horas, total: 4 horas</p> <p><i>Condición:</i> Obligatoria</p> <p><i>Pre-requisito:</i> Informática Gerencial</p>
<p><i>Competencia:</i> Complementa conocimientos prácticos de gestión de negocios orientada a los negocios internacionales.</p>
<p><i>Sumilla:</i> La asignatura pertenece al área curricular de Formación Profesional, es de naturaleza teórica y práctica, tiene por propósito consolidar las técnicas y herramientas para la toma de decisiones. Organiza sus contenidos en las siguientes unidades de aprendizaje: I. Planeamiento para la Gestión de Negocios. II. Funcionamiento Organizacional. III. Herramientas del Marketing Estratégico y Operaciones. IV. Herramientas de Gestión Financiera y Negociaciones</p>
<p><i>Evaluación</i> (verificar las siguientes evidencias): Interpreta la estructura de un plan de gestión de negocio de manera eficiente</p>
<p><i>Bibliografía básica:</i> Mc Leod, Raymond Jr., Sistemas de Información Gerencial, Prentice Hall, México, 2000; Lab Sag, Manuales de usuarios de negocios de simuladores de negocios, 2010.</p>

<p><i>Asignatura:</i> E-MARKETING</p> <p><i>Código:</i> AME902</p> <p><i>Semestre:</i> IX</p> <p><i>Créditos:</i> 3</p> <p><i>Carga Académica:</i> teoría: 2 horas, práctica: 2 horas, total: 4 horas</p>
--

<i>Condición:</i> Obligatoria
<i>Pre-requisito:</i> Informática Gerencial
<i>Competencia:</i> 1. Entender el papel que el mercadeo, mercado en conjunto con el E- marketing tiene dentro del ambiente de negocios.
<i>Sumilla:</i> El curso de Marketing y Publicidad Digital es de naturaleza teórico-práctico y tiene como propósito aportar conocimientos del medio digital, herramientas, técnicas y estrategias especializadas que incorporará a los planes de marketing general para diseñar y ejecutar un Plan de Marketing Digital alineado a los objetivos del negocio, desarrollando estrategias y análisis a fin de comprender el nuevo escenario y públicos digitales, y la relación empresa-usuario-cliente en el nuevo sistema económico-digital. Los temas principales son: <u>Marketing y Publicidad Digital: definiciones y medios y Plan de Marketing digital.</u>
<i>Evaluación</i> (verificar las siguientes evidencias):
<i>Bibliografía básica:</i>

<i>Asignatura:</i> PLAN DE NEGOCIOS
<i>Código:</i> AME903
<i>Semestre:</i> IX
<i>Créditos:</i> 3
<i>Carga Académica:</i> teoría: 2 horas, práctica: 2 horas, total: 4 horas
<i>Condición:</i> Obligatoria
<i>Pre-requisito:</i> Marketing General
<i>Competencia:</i> formular y desarrollar planes estratégicos, tácticos y operativos en el marco de las diferentes teorías administrativas en sintonía con el contexto de la organización y sus características particulares.
<i>Sumilla:</i> asignatura teórica y práctica que estudia las tendencias políticas, sociales y económicas que influyen en el desarrollo de las organizaciones, el diseño, análisis y evaluación de proyectos emprendedores, los modelos de planeación estratégica y prospectiva, las estructuras organizacionales, la cultura organizacional, sistemas de control de gestión; ejercita las habilidades para establecer objetivos claros, retadores y alcanzables exigiendo un alto desempeño y creando un ambiente permanente para el grupo de trabajo, para fijar los fines de la organización y determinar las políticas, estrategias y los distintos tipos de planes necesarios para el logro de dichos fines, para desarrollar modelos estratégicos, identificar alternativas estratégicas que respondan a las necesidades de la organización, definir y establecer mecanismos para vincular la cultura organizacional con el plan estratégico elegido, seleccionar la estructura organizacional de una empresa u organización, adecuada a cada estrategia, cultura y contexto, para el cumplimiento de sus objetivos, identificar y analizar parámetros de diseño y factores ambientales de distintas configuraciones: verticales, horizontales, matriciales, redes, capacidad para integrar y dinamizar y liderar equipos de trabajo; así como las actitudes de apertura y sensibilidad cultural, dinamismo y perseverancia, integridad y comportamiento ético, curiosidad y creatividad, sentido de trascendencia y proyección personal.
<i>Evaluación</i> (verificar las siguientes evidencias): presenta planes de negocios estratégicos desarrollados e implementados, asesora y capacita a los integrantes de las organizaciones.
<i>Bibliografía básica:</i> Del Mar María, Plan de Negocios, Vértice SL España, 2009.

<i>Asignatura:</i> NEGOCIOS INTERNACIONALES
<i>Código:</i> AME903
<i>Semestre:</i> IX
<i>Créditos:</i> 3
<i>Carga Académica:</i> teoría: 2 horas, práctica: 2 horas, total: 4 horas
<i>Condición:</i> Obligatoria
<i>Pre-requisito:</i> Ninguno
<i>Competencia:</i> Comprende las formas como operan las empresas y realizan transacciones internacionales, aplicando modelos ideológicos, sistemas económicos, culturales poniendo en práctica las negociaciones internacionales.
<i>Sumilla:</i> La asignatura pertenece al área curricular de formación profesional, es de naturaleza teórica y práctica, tiene por propósito proporcionar información y conocimiento de la forma como operan las empresas y realizan

transacciones internacionales, aplicando modelos ideológicos, sistemas económicos, culturales y culmina poniendo en práctica las negociaciones internacionales.

Organiza sus contenidos en las siguientes unidades de aprendizaje: I. Importancia de los Negocios Internacionales, la Empresa Multinacional y la Inversión Extranjera y la Integración Económica. II. Participación del Perú Esquemas de Integración Política Comercial Internacional. III. Estrategia de Negociación e Incoterms y Medios de Pago y Distribución Física Internacional. IV. Gestión Aduanera y Comercio Exterior y Administración Financiera Internacional.

Evaluación (verificar las siguientes evidencias): Comprende los efectos de la globalización y las fuerzas determinantes para el desarrollo de los negocios internacionales, identificando la importancia del advenimiento de las empresas multinacionales y de los efectos de la inversión extranjera con la finalidad de Integrar la económica bilateral, regional y multilateral.

Bibliografía básica: ARROYO PRADO, JORGE. 2004 Introducción al Comercio Internacional: Notas – Resumen. Universidad Ricardo Palma. Texto Básico.

Asignatura: **ACTIVIDAD INTEGRADORA III: PROMOCIÓN COMUNAL**

Código: AME906

Semestre: IX

Créditos: 2

Carga Académica: teoría: 1 horas, práctica: 2 horas, total: 3 horas

Condición: Obligatoria

Pre-requisito: Ninguno

Competencia: identifica las oportunidades de desarrollo empresarial y económico sostenible que pueden adoptar las organizaciones comunitarias menos favorecidas y lidera o facilita su implementación.

Sumilla: asignatura teórica y práctica del área de formación potencial, que estudia las estrategias para promover los cambios sociales, productivos, tecnológicos, etc., en las poblaciones objetivo; ejercita las habilidades de análisis y síntesis, desarrollo de ensayos, presentación de ponencias; así como las actitudes de apertura al cambio, crítica y autocrítica, imaginación y creatividad.

Evaluación (verificar las siguientes evidencias): diagnóstica, elabora, propone e implementa las estrategias para promocionar los cambios sociales, económicos, tecnológicos de la población objetivo.

Bibliografía básica:

Asignatura: **TALLER DE DESARROLLO DE TESIS**

Código: AME907

Semestre: IX

Créditos: 4

Carga Académica: teoría: 2 horas, práctica: 4 horas, total: 6 horas

Condición: Obligatoria

Pre-requisito: Taller de Elaboración de Proyecto de Tesis

Competencia: recolecta y procesa los datos previstos en el proyecto de tesis y contrasta la correspondiente hipótesis, utilizando el(los) programa(s) estadísticos apropiados.

Sumilla: Asignatura teórica y práctica del área de formación potencial, que estudia la aplicación en el desarrollo de los trabajos de investigación, de las técnicas de recolección, validación y procesamiento de datos y contraste de hipótesis; ejercita la habilidad para utilizar los programas o software estadísticos para procesar los datos y contrastar las hipótesis; desarrolla las actitudes de innovación, aplicación práctica de las teorías, principios y conceptos, creatividad, orden, pensamiento sistémico.

Evaluación (verificar las siguientes evidencias): elabora y valida los instrumentos de recolección de datos, los emplea para ese fin, procesa esos datos, contrasta las hipótesis utilizando la estadística inferencial y los programas estadísticos e interpreta sus resultados.

Bibliografía básica: Hernández, Fernández y Baptista, Metodología de Investigación, Mc Graw Hill, 2010; IBM, Manual del usuario del sistema básico de IBM SPSS Statistics 20, 2011.

DECIMO SEMESTRE

Asignatura: **RESPONSABILIDAD SOCIAL DE LA GESTIÓN PÚBLICA**

Código: AME1001

Semestre: X

Créditos: 3

<p><i>Carga Académica:</i> teoría: 2 horas, práctica: 2 horas, total: 4 horas <i>Condición:</i> Obligatoria <i>Pre-requisito:</i> Ninguno</p>
<p><i>Competencia:</i> integrar la organización con el entorno, teniendo en cuenta los aspectos éticos y culturales del medio en el cual desarrolla su gestión.</p>
<p><i>Sumilla:</i> asignatura teórica y práctica que estudia la cultura organizacional, sus componentes e interacciones, el entorno socioeconómico regional, nacional e internacional, la responsabilidad social de las organizaciones; ejercita las habilidades de gestión de procesos de cambio, la de negociación; así como las actitudes de apertura al cambio, sensibilidad social, ética, creatividad.</p>
<p><i>Evaluación</i> (verificar las siguientes evidencias): plantea esquemas de responsabilidad social organizacional adecuados a su entorno, analiza las prácticas de gestión organizacional realizadas por otras organizaciones a través de casos de reflexión, promueve programas de asistencia social a grupos vulnerables de la comunidad.</p>
<p><i>Bibliografía básica:</i> Barrera Ana María, Responsabilidad de la Gerencia, Universidad de los Andes, Colombia, 1999.</p>

<p><i>Asignatura:</i> DIRECCIÓN ESTRATÉGICA DE MARKETING <i>Código:</i> AME1002 <i>Semestre:</i> X <i>Créditos:</i> 3 <i>Carga Académica:</i> teoría: 2 horas, práctica: 2 horas, total: 4 horas <i>Condición:</i> Obligatoria <i>Pre-requisito:</i> Simulación de Negocio LABSAG</p>
<p><i>Competencia:</i> aplicar las funciones de la Gerencia de Marketing y Ventas, estrategias</p>
<p><i>Sumilla:</i> El presente curso pertenece al área formativa tiene una naturaleza tanto teórica como práctica para el desarrollo de las competencias que debe tener el alumno en la gerencia de marketing y ventas. Tiene como finalidad: 1. Brindar conocimiento del contenido y dinámica de la gestión gerencial, y por ende de las diversas alternativas de solución tomar en cuenta en las decisiones comerciales. 2. Definir criterios en la formulación de políticas y estrategias de penetración comercial, de diversificación de enfoques de manejos de la plaza, producto, precio y promoción.</p>
<p><i>Evaluación</i> (verificar las siguientes evidencias): aplicar las funciones de la Gerencia de Marketing y estrategias, tácticas de planificación y ejecución de programas de Marketing .</p>
<p><i>Bibliografía básica:</i> VILDOSOLA BASAY MARIO, Gerencia de Marketing, Fondo Editorial UNMSM, Lima-Perú 2009-</p>

<p><i>Asignatura:</i> ÉTICA Y DEONTOLOGÍA PROFESIONAL <i>Código:</i> AME1004 <i>Semestre:</i> X <i>Créditos:</i> 3 <i>Carga Académica:</i> teoría: 2 horas, práctica: 2 horas, total: 4 horas <i>Condición:</i> Obligatoria <i>Pre-requisito:</i> Ninguno</p>
<p><i>Competencia:</i> Ejerce la profesión con respeto a los valores éticos y a los deberes que le son inherentes.</p>
<p><i>Sumilla:</i> asignatura teórica y práctica del área de formación potencial, que estudia los valores éticos y los deberes profesionales del contador público; ejercita las habilidades para discernir los valores y los deberes profesionales; desarrolla las actitudes de honradez, respeto a los derechos, responsabilidad.</p>
<p><i>Evaluación</i> (verificar las siguientes evidencias): reconoce y practica los valores éticos y los deberes profesionales.</p>
<p><i>Bibliografía básica:</i> Domingo, Ética, Ciudadanía y Desarrollo, Universidad de Valencia, 2008; Ibáñez, Ética empresarial: casos de decisiones difíciles que deben enfrentar jóvenes, Alfaomega, 2012.</p>

<p><i>Asignatura:</i> TALLER DE REDACCIÓN Y DEFENSA DE TESIS <i>Código:</i> AME1006 <i>Semestre:</i> X</p>

<p><i>Créditos:</i> 4 <i>Carga Académica:</i> teoría: 2 horas, práctica: 4 horas, total: 6 horas <i>Condición:</i> Obligatoria <i>Pre-requisito:</i> Taller de Desarrollo de Tesis</p>
<p><i>Competencia:</i> elabora el informe con las actividades desarrolladas y resultados alcanzados en el desarrollo de la tesis, los socializa y los defiende ante los evaluadores.</p>
<p><i>Sumilla:</i> asignatura teórica y práctica del área de formación, que estudia la redacción científica, el esquema de los informes de investigación de la UJCM, las técnicas de exposición y defensa de las tesis; ejercita las habilidades para emplear las reglas de la redacción científica, las técnicas de redacción y exposición: tanto para elaborar la tesis como la ponencia ante los evaluadores; desarrollo las actitudes de autoconfianza, claridad, respeto a la ideas ajenas.</p>
<p><i>Evaluación</i> (verificar las siguientes evidencias): elabora el informe de investigación empleando las reglas de la redacción científica y las técnicas de redacción y exposición.</p>
<p><i>Bibliografía básica:</i> Lerma, Presentación de informes: el documento final de investigación, ECOE, 2014; Olave, Cómo escribir la investigación académica, Ediciones de la U., 2014.</p>

<p><i>Asignatura:</i> PRACTICAS PREPROFESIONALES <i>Código:</i> AME1007 <i>Semestre:</i> X <i>Créditos:</i> 5 <i>Carga Académica:</i> práctica: 10 horas, total: 10 horas <i>Condición:</i> Obligatoria <i>Pre-requisito:</i> 187 Créditos</p>
<p><i>Competencia:</i> Aplica las teorías, principios y normas contables y legales para resolver los problemas implícitos en el ejercicio profesional.</p>
<p><i>Sumilla:</i> asignatura práctica del área de formación específica, que orienta al estudiante ejercitar las habilidades para contactarse y realizar las actividades propias de la profesión, sea en una entidad pública o privada, y elaborar un informe sobre ello; desarrolla las actitudes de autoconfianza, respeto, trabajo en equipo, iniciativa, prudencia y disciplina laboral.</p>
<p><i>Evaluación</i> (verificar las siguientes evidencias): cumple con solvencia las actividades y tareas profesionales que le asignan en el centro de prácticas y elabora el informe de esas prácticas.</p>
<p><i>Bibliografía básica:</i></p>

CURSOS ELECTIVOS (ESPECIALIZACIÓN)

<p><i>Asignatura:</i> EVALUACIÓN DEL DESEMPEÑO <i>Código:</i> AME-EE01 <i>Semestre:</i> <i>Créditos:</i> 3 <i>Carga Académica:</i> teoría: 2 horas, práctica: 2 horas, total: 4 horas <i>Condición:</i> Electivo <i>Pre-requisito:</i> Ninguno</p>
<p><i>Competencia:</i> Aplica distintos modelos de evaluación del desempeño laboral.</p>
<p><i>Sumilla:</i> Asignatura teórica y práctica del área de formación potencial, donde se analizan causas y prácticas de RRHH que nos permitirán realmente usar la Evaluación del Desempeño como una palanca para ayudar a la mejora de los procesos de la empresa, el direccionamiento de la capacitación y el reconocimiento de la contribución individual hacia los objetivos de la empresa.</p>
<p><i>Evaluación</i> (verificar las siguientes evidencias): elabora y sustenta un plan de evaluación laboral.</p>
<p><i>Bibliografía básica:</i> Alba, Gestión de recursos laborales, formativos y análisis de puestos de trabajo, Paraninfo, 2015; Alles, Dirección estratégica de recursos humanos: gestión, Granica, 2014; Alles, Selección por Competencias, Granica, 2015; Arias, Administración de recursos humanos para el alto desempeño, Trillas, 2013.</p>

<p><i>Asignatura:</i> CAPACITACIÓN Y DESARROLLO PROFESIONAL <i>Código:</i> AME-EE02 <i>Semestre:</i></p>

<p>Créditos: 3 Carga Académica: teoría: 2 horas, práctica: 2 horas, total: 4 horas Condición: Electivo Pre-requisito: Evaluación del Desempeño</p>
<p><i>Competencia:</i> Aplica distintos métodos de capacitación y programas de desarrollo profesional.</p>
<p><i>Sumilla:</i> Asignatura teórica y práctica del área de formación potencial, donde La capacitación y el desarrollo han de estar vinculados a la estrategia de la organización y por lo mismo, a su gestión. Ha de ir de la mano con los lineamientos y acciones que una organización determina para desarrollar su productividad e impacto en el entorno. El curso busca familiarizar al participante con las herramientas específicas para incrementar los resultados de su empresa / área a través de personal motivado y capacitado. Al finalizar el curso el alumno podrá desarrollar un plan de capacitación y su gestión.</p>
<p><i>Evaluación</i> (verificar las siguientes evidencias): Elabora y sustenta un plan de capacitación y diseña programas de desarrollo profesional.</p>
<p><i>Bibliografía básica:</i> ALLES, Martha, <i>Desempeño por Competencias, Evaluación de 360°</i>, Ed. Granica. Año 2011.</p>

<p>Asignatura: GERENCIA DEL POTENCIAL HUMANO Código: AME-EE03 Semestre: Créditos: 3 Carga Académica: teoría: 2 horas, práctica: 2 horas, total: 4 horas Condición: Electivo Pre-requisito: capacitación y desarrollo profesional</p>
<p><i>Competencia:</i> Desarrolla su capacidad crítica y analítica para enfrentar eficazmente la prevención y solución de problemas humanos en el contexto organizacional.</p>
<p><i>Sumilla:</i> Asignatura teórica y práctica del área de formación potencial, donde da a conocer los principios fundamentales que orientan la gestión del potencial humano en la empresa moderna y al desarrollo de las habilidades y competencias gerenciales exitosas, de acuerdo a los nuevos enfoques de gestión que les permita aplicar las técnicas y herramientas necesarias para obtener, mantener y potenciar al factor humano como principal activo coadyuvante de la competitividad empresarial, enfrentando eficazmente el entorno globalizado y altamente competitivo, asumiendo así mismo posiciones efectivas de liderazgo, toma de decisiones, habilidades para prevenir y solucionar conflictos humanos en el contexto de las organizaciones.</p>
<p><i>Evaluación</i> (verificar las siguientes evidencias): planea, organiza y dirige al potencial humano teniendo estrategias de supervisión y control.</p>
<p><i>Bibliografía básica:</i> Alba, Gestión de recursos laborales, formativos y análisis de puestos de trabajo, Paraninfo, 2015; Alles, Dirección estratégica de recursos humanos: gestión, Granica, 2014; Alles, Selección por Competencias, Granica, 2015; Arias, Administración de recursos humanos para el alto desempeño, Trillas, 2013.</p>

<p>Asignatura: COACHING PARA FUERZA DE VENTAS Código: AME-EE04 Semestre: Créditos: 3 Carga Académica: teoría: 2 horas, práctica: 2 horas, total: 4 horas Condición: Electivo Pre-requisito: Ninguno</p>
<p><i>Competencia:</i> Aplica las técnicas de equipo de venta con habilidades de Coaching.</p>
<p><i>Sumilla:</i> La asignatura pertenece al área curricular de formación profesional especializada, es teórico - práctica y tiene por propósito identificar los factores que mejor predicen el desempeño superior, además de intervenir, con sus propias acciones, en la dinámica del equipo para ayudarlo a alcanzar su máximo potencial colectivo. Asimismo quedarán capacitados para utilizar herramientas conversacionales propias del Coaching en sus coordinaciones con otros miembros de un equipo de trabajo.</p>
<p><i>Evaluación</i> (verificar las siguientes evidencias): aplica herramientas efectivas de ventas.</p>
<p><i>Bibliografía básica:</i> Pascal D(2003). Coaching: Formación y Motivación de la Fuerza de Ventas: Editorial: Gestión 2000</p>

<p>Asignatura: TÉCNICAS DE VENTAS Código: AME-EE05 Semestre: Créditos: 3 Carga Académica: teoría: 2 horas, práctica: 2 horas, total: 4 horas Condición: Electivo Pre-requisito: Coaching para fuerza de ventas</p>
<p><i>Competencia:</i> Aplica las técnicas de ventas para el logro de una mayor productividad comercial en la organización, considerando el público objetivo y asumiendo un enfoque intercultural.</p>
<p><i>Sumilla:</i> La asignatura pertenece al área curricular de formación profesional especializada, es teórico - práctica y tiene por propósito comprender y aplicar las técnicas de ventas para el logro de una mayor productividad comercial en la organización. Desarrolla las siguientes unidades de aprendizaje: 1. Técnicas y herramientas efectivas de ventas: Las clínicas de ventas, vendedor incógnito y otras. 2. Tipología de los clientes en el cierre de ventas. 3. Técnicas para ventas por Internet. 4. Expresión comercial y oratoria de excelencia.</p>
<p><i>Evaluación</i> (verificar las siguientes evidencias): aplica herramientas efectivas de ventas.</p>
<p><i>Bibliografía básica:</i> Sánchez, M. (2002). Técnicas de Venta. España: Editorial Innovación; Míguez, M. (2008) Técnicas de Venta. (2da. Edic. España: Editorial Ideas Previas; Rubio, E. (2007). El vendedor excelente: Manual de Técnicas de Ventas. Barcelona: España: Editorial Paidós. Wage, J. (2004). Psicología y técnica de la de la conversación de venta. Barcelona: Ediciones Deusto.</p>

<p>Asignatura: GERENCIA DE VENTAS Código: AME-EE06 Semestre: Créditos: 3 Carga Académica: teoría: 2 horas, práctica: 2 horas, total: 4 horas Condición: Electivo Pre-requisito: Técnicas de Ventas</p>
<p><i>Competencia:</i> Aplica las técnicas de ventas para el logro de una mayor productividad comercial en la organización, considerando el público objetivo y asumiendo un enfoque intercultural.</p>
<p><i>Sumilla:</i> La asignatura pertenece al área curricular de formación profesional especializada, tiene como propósito la selección de mercados objetivos en los que se puedan lograr ventas más eficientes reflejadas en la retención de clientes y en socios comerciales. Los temas principales son: Gestión de la Gerencia de Ventas como parte de la Dirección Comercial. Core Business del Negocio, propuesta de valor y estrategias Comerciales basadas en el Mix de Marketing. Desarrollo de la Propuesta de Valor, proceso de la toma de decisiones y el uso de los sistemas de información gerencial para la entrega de valor. Plan de Ventas, plan comunicacional y el uso de alianzas estratégicas para un crecimiento rentable a largo Plazo.</p>
<p><i>Evaluación</i> (verificar las siguientes evidencias): aplica herramientas efectivas de ventas.</p>
<p><i>Bibliografía básica:</i> Sánchez, M. (2002). Técnicas de Venta. España: Editorial Innovación; Míguez, M. (2008) Técnicas de Venta. (2da. Edic. España: Editorial Ideas Previas; Rubio, E. (2007). El vendedor excelente: Manual de Técnicas de Ventas. Barcelona: España: Editorial Paidós. Wage, J. (2004). Psicología y técnica de la de la conversación de venta. Barcelona: Ediciones Deusto.</p>

<p>Asignatura: IDIOMA NATIVO I Código: AME-EE07 Semestre: Créditos: 3 Carga Académica: teoría: 2 horas, práctica: 2 horas, total: 4 horas Condición: Electivo Pre-requisito: Ninguno</p>
<p><i>Competencia:</i> Realiza saludos, presentación personal, identificación ante sus compañeros y otro interlocutor.</p>
<p><i>Sumilla:</i> Asignatura teórica y práctica del área de formación potencial, pretende brindar al estudiante los conocimientos básicos de: las características lingüísticas, gramática, vocabulario básico. A su vez, ejercitar al estudiante en el manejo de expresiones básicas cotidianas para que pueda interactuar en contextos comunicativos reales.</p>
<p><i>Evaluación</i> (verificar las siguientes evidencias): Realiza saludos, presentación personal, identificación ante sus</p>

compañeros y otro interlocutor.

Bibliografía básica: Adelaar, W. F.y Pieter C. Muysken, (2004) The languages of the Andes. 3.3 The Aymaran language family, pp. 259-319. Cambridge: CUP; Albó, Xavier (2002) “Aymara, etnia”. Entrada en el Diccionario histórico de Bolivia, ed. Josep M. Barnadas y otros, pp. 235-6. Sucre: Grupo de estudios históricos.

Asignatura: **IDIOMA NATIVO II**

Código: AME-EE08

Semestre:

Créditos: 3

Carga Académica: teoría: 2 horas, práctica: 2 horas, total: 4 horas

Condición: Electivo

Pre-requisito: Idioma Nativo I

Competencia: Realiza saludos, Realiza diálogos utilizando los modos verbales.

Sumilla: Asignatura teórica y práctica del área de formación potencial, pretende consolidar en el estudiante los conocimientos básicos de: el uso de los tiempos verbales en los modos indicativo, subjuntivo e imperativo. A su vez, ejercitar al estudiante en el manejo de expresiones para que pueda interactuar en contextos comunicativos reales con sus respectivos clientes.

Evaluación (verificar las siguientes evidencias): Realiza saludos, presentación personal, identificación ante sus compañeros y otro interlocutor.

Bibliografía básica: Adelaar, W. F.y Pieter C. Muysken, (2004) The languages of the Andes. 3.3 The Aymaran language family, pp. 259-319. Cambridge: CUP; Albó, Xavier (2002) “Aymara, etnia”. Entrada en el Diccionario histórico de Bolivia, ed. Josep M. Barnadas y otros, pp. 235-6. Sucre: Grupo de estudios históricos.

Asignatura: **IDIOMA NATIVO III**

Código: AME-EE09

Semestre:

Créditos: 3

Carga Académica: teoría: 2 horas, práctica: 2 horas, total: 4 horas

Condición: Electivo

Pre-requisito: Idioma Nativo II

Competencia: Dominio de la expresión oral y escrito

Sumilla: Asignatura teórica y práctica del área de formación potencial, Estudio sistémico de la lengua dominio oral y escrito de construcciones complejas, comunicación intensiva dentro de la especialidad.

Evaluación (verificar las siguientes evidencias): Dominio de la expresión oral y escrito

Bibliografía básica: Adelaar, W. F.y Pieter C. Muysken, (2004) The languages of the Andes. 3.3 The Aymaran language family, pp. 259-319. Cambridge: CUP; Albó, Xavier (2002) “Aymara, etnia”. Entrada en el Diccionario histórico de Bolivia, ed. Josep M. Barnadas y otros, pp. 235-6. Sucre: Grupo de estudios históricos.

XII. ESQUEMA DE SILABO PARA LAS ASIGNATURAS Y UNIDADES DIDÁCTICAS

UNIVERSIDAD JOSÉ CARLOS MARIÁTEGUI

FACULTAD DE CIENCIAS JURÍDICAS, EMPRESARIALES Y PEDAGÓGICAS

SILABO

I. DATOS GENERALES

Carrera Profesional:

Asignatura:

Código:

Semestre Académico:

Créditos:

Carga Académica (a la semana): teoría: ___ horas; práctica: ___ horas; total: ___ horas.

Condición: obligatoria o electiva

Pre-requisito:

Docente (s):

Semestre y año calendario

II. FUNDAMENTACIÓN DE LA ASIGNATURA

COMPETENCIAS (detallar las competencias que deben lograr el alumno en el desarrollo de la asignatura, las mismas que deben ser coherentes con el perfil profesional).

SUMILLA (copiar lo propiamente dicho de la sumilla).

III. PROGRAMACIÓN DE LAS UNIDADES DE APRENDIZAJE

PRIMERA UNIDAD: _____ (título)

Capacidades que deben desarrollarse en esta unidad

Capacidades que deben desarrollarse en esta unidad

Semana o fechas	CONTENIDO		
	TEÓRICO CONCEPTUAL	PROCEDIMENTAL	ACTITUDINAL

SEGUNDA UNIDAD: _____ (título)

Capacidades que deben desarrollarse en esta unidad

Semana o fechas	CONTENIDO		
	TEÓRICO CONCEPTUAL	PROCEDIMENTAL	ACTITUDINAL

IV. SISTEMA DE EVALUACIÓN

Tipos de evaluaciones

Número de evaluaciones

Cronograma de evaluaciones

Ponderación de los aspectos a evaluar

Requisitos de aprobación

V. BIBLIOGRAFÍA

XIII. LINEAMIENTOS METODOLÓGICOS DE ENSEÑANZA- APRENDIZAJE

El objetivo básico del proceso de aprendizaje-enseñanza de cada asignatura es asegurar el cultivo y la consecución de las competencias profesionales o de postgrado por parte del estudiante. La responsabilidad del aprendizaje es del estudiante, el docente desempeña el rol de guía o facilitador y es responsable de evaluar la calidad de ese aprendizaje.

Antes de iniciar cada clase el docente debe preparar el plan de actividades académicas que deberá cubrir en esa sesión, concordante con el sílabo. Se le reserva a la dirección de la carrera o sección de postgrado recabar o verificar dicho plan.

Antes de iniciar cada clase el docente debe preparar el plan de actividades académicas que deberá cubrir en esa sesión, concordante con el sílabo. Se le reserva a la dirección de la carrera o sección de postgrado recabar o verificar dicho plan.

La dinámica de las clases teóricas y prácticas es responsabilidad del docente.

Las clases teóricas se desarrollan en las aulas; las clases prácticas, por lo general, en los laboratorios, centros de cómputo, centros experimentales, centros laborales o similares.

La Dirección de la Carrera programa 15 días antes del periodo destinado a las matrículas el uso de las aulas, laboratorios, centros de cómputo y demás medios de la infraestructura académica.

Las clases se desarrollan conforme al plan de clase. Al final de cada clase teórica o práctica, el docente entregará un reporte del desarrollo de la clase a la dirección de la carrera.

Los alumnos registran su asistencia al inicio de cada sesión, sea física o virtualmente. El docente se encarga de computar la asistencia por cada unidad de aprendizaje.

Es obligatoria la asistencia a las clases teóricas y prácticas programadas en el horario de clases aprobado por la dirección de la carrera o sección de postgrado. Los docentes tienen la obligación de evaluar solamente a los alumnos matriculados que han registrado su asistencia al 70% de las clases programadas en cada unidad de aprendizaje.

Esta obligación alcanza a todas las modalidades y niveles.

La dirección de la carrera puede establecer la reprogramación de las clases perdidas por razones debidamente justificadas: enfermedad de docente previa presentación de certificado médico o equivalente, suspensión de labores dispuesta por las autoridades universitarias u otros motivos de fuerza mayor.

Desde la perspectiva pedagógica, las asignaturas se desarrollarán en función al logro de las competencias que se han planteado en el perfil del egresado. Son procedimientos didácticos inherentes son las clases magistrales, la resolución de casos y problemas en forma individual y preferentemente grupal, las prácticas en los laboratorios (de cómputo, de simulador de negocios, incubadora de empresas, de idiomas, entre otras), lectura del material consignado en el sílabo, el debate, la redacción y sustentación de trabajos de investigación bibliográfica e investigación aplicada. Los docentes motivarán el auto-aprendizaje individual y grupal.

XIV. LÍNEAS DE INVESTIGACIÓN

Concordante con las recomendaciones del proyecto 6X4 UEALC en el tema de investigación en administración, la carrera profesional de Ciencias Administrativas y Marketing Estratégico propone concentrarse en el aspecto de la investigación aplicada a:

- ✓ Gestión de las PYMES.
- ✓ Gestión del capital humano.
- ✓ Gestión Pública (gobiernos locales, regionales y demás entidades públicas en los ámbitos regionales).
- ✓ Gestión de las entidades financieras, cajas municipales, cooperativas de ahorro y crédito, caja rurales y similares.

XV. PRACTICAS PREPROFESIONALES E INTERNADO

Las prácticas pre-profesionales por un plazo de 6 meses es uno de los requisitos para obtener el grado de Bachiller en Ciencias Administrativas y Marketing Estratégico. Dichas prácticas podrán realizarse en las empresas e instituciones con las cuales la UJCM tiene firmado un convenio o en otra entidad, desempeñando alguna función administrativa, en alguna de las siguientes áreas empresariales o institucionales (gobierno regional, gobiernos locales, instituciones del estado, etc.): dirección, administración o gerencia general; marketing, mercadeo o departamento o unidad de ventas; gerencia o departamento de finanzas, economía o finanzas; gerencia o departamento de producción; unidad de personal; unidad de logística; departamento o unidad de planeamiento; u otra unidad u oficina administrativa.

El Comité de Gestión de Calidad de la carrera deberá elaborar el reglamento de las prácticas pre-profesionales.

XVI. CONVENIOS PARA PRACTICAS PREPROFESIONALES E INTERNADOS

La Universidad tiene celebrados los siguientes convenios para que los estudiantes puedan realizar sus prácticas pre-profesionales, aprobadas mediante las Resoluciones:

Resolución del Consejo Universitario N° 1170-2013-CU-UJCM

Resolución del Consejo Universitario N° 862-2013-CU-UJCM

Resolución del Consejo Universitario N° 863-2013-CU-UJCM

Con el Oficio N° 166-2014-CPCAME-FACJEP/UJCM se ha solicitado celebrar convenios marco con dos empresas grandes de la Región Moquegua: Southern Perú Cooper Corporation y Angloamerican Quellaveco, que incluirá la posibilidad de realizar prácticas en estas empresas.

XVII. SERVICIO DE EXTENSIÓN UNIVERSITARIA Y PROYECCIÓN SOCIAL

El Plan de Estudios de la carrera profesional de Ciencias Administrativas y Marketing Estratégico contempla la asignatura de Actividad Integradora: Promoción Comunal. El propósito de esta asignatura es motivar a los alumnos a interactuar con las comunidades menos favorecidas, para que coadyuve con ellas a identificar e implementar las oportunidades de desarrollo empresarial y económico sostenible.

XVIII. SISTEMA DE EVALUACIÓN

El sistema de calificaciones de la UJCM es vigesimal, siendo la nota aprobatoria 11.

De conformidad con el Art. 14 del Reglamento del proceso de enseñanza aprendizaje de la UJCM, para efectos de evaluación, el semestre académico se divide en dos unidades académicas. En cada las evaluaciones de cada asignatura consta un examen parcial, una práctica calificada y el promedio de las otras evaluaciones, cuyas ponderaciones son 50, 30 y 20% respectivamente. El promedio final de la asignatura es el promedio de las notas de ambas unidades académicas.

Según el Art. 29 del reglamento antes mencionado, el alumno que obtiene un promedio final desaprobatorio igual o mayor a siete tiene opción para rendir examen sustitutorio o de aplazados, previo pago del derecho correspondiente.

El Art. 35 del citado reglamento dispone que el alumno que desaprueba una asignatura por tercera vez pueda solicitar un examen complementario. Si desaprobare ésta será retirado de la carrera profesional.

XIX. GRADUACIÓN Y TITULACIÓN

La Universidad José Carlos Mariátegui, en concordancia con el Art. 45 de la Ley Universitaria N° 30220, otorga a nombre de la Nación, el grado académico de Bachiller en Ciencias Administrativas y Marketing Estratégico, al alumno que ha aprobado satisfactoriamente el plan de estudios y un trabajo de investigación. El conocimiento de un idioma extranjero lo acreditará con el certificado de estudios. Además del grado de Bachiller, La Universidad podrá otorgar certificados de especialización a quienes han cursado tres asignaturas de especialidad consignadas entre los cursos electivos del plan de estudios.

De conformidad con norma señalada en el párrafo anterior, para obtener el título de Licenciado en Ciencias Administrativas y Marketing Estratégico se requiere el grado de bachiller y la aprobación de una tesis o un trabajo de investigación (tesina). En cumplimiento del reglamento de grados y títulos de la Universidad José Carlos Mariátegui, solo otorgará el título a quienes han obtenido el grado de bachiller en esta Universidad.

XX. DIRECTOR DE LA CARRERA PROFESIONAL

De conformidad con el Estatuto de la UJCM, el Director de la carrera es elegido por el Consejo de la Facultad entre los docentes ordinarios de la Especialidad o sea con título de Licenciado en Administración y Post grado en la especialidad.

XXI. PLANA DOCENTE

CHUA CHUA GILBERT, Economista, Ingeniero de Informática y Sistemas, Magister en Economía, Doctor en Economía, 8 años de docente universitario.

DIAZ DUEÑAS RAFAEL HUGO. Profesor de Lengua y Literatura, egresado de la maestría en Docencia Universitaria y Gestión Educativa, 25 años de docente universitario, 2 años de docente en ITSP JCM, 20 años de docente en el IPP Mercedes Cabello de Carbonera, Jefe de Educación Inicial, Jefe de Educación Secundaria, Subdirector de Investigación de la DREMO.

FLORES CHIPANA MARGARITA AMPARO, Licenciado en Educación, especialidad física y matemática, magister en Tecnología Educativa, egresada del doctorado en Administración de la Educación, 13 años de docente universitario, 6 años de docente en el ISTP JCM y Luis E Valcárcel, supervisora de CEPRO UNAM.

LAURACIO TICONA TEOFILO. Contador Público, Magister en Administración, M, Sc. en Desarrollo Rural, Doctor en Contabilidad, 34 años de docente universitario, contador y auditor de empresas agrarias y gobiernos locales, asesor financiero de EMSA Puno, gerente financiero del Fondo Indígena-BID (organismo público internacional con sede en La Paz-Bolivia), consultor de Fundación Fiedrich Ebert, investigador y editor de revistas científicas.

LUJAN MINAYA JULIO CESAR, Licenciado en Administración de Empresas, Licenciado en Educación, Maestro en Investigación y Docencia

Universitaria, Doctor en Administración, 21 años de docente universitario, Coordinador General de UANCV – sede Puno, Director Superior de Administración en el INPE, conferencista y organizador de eventos académicos relacionados al marketing.

MAMANI MEZA ENRIQUE ABERLARDO, Licenciado en Administración de Empresas, Licenciado en Educación, Magister en Docencia Universitaria y Gestión Educativa, candidato a Doctor en Economía y Gestión Empresarial, 20 años de docencia universitaria, 30 años de docente en educación superior tecnológica, director de gestión institucional de la DREMO, sub director administrativo de ISTJCM, Jefe de área académica de Contabilidad del ITSJCM.

QUISPE MAMANI EUGENIO LEOPOLDO. Economista, magister en Proyectos de Inversión, candidato a doctor en Economía y Gestión, 4 años de docente universitario, 6 años de docente en Educación Superior Tecnológica, 12 años de experiencia laboral como especialista de planeamiento de la Southern Perú Cooper Corporation, Director ejecutivo de la unidad desconcentrada autónoma de Cooperación Popular, asesor del proyecto especial Pasto Grande, Subgerente de Planificación del Gobierno Regional, Gerente de Administración y Finanzas de la Municipalidad Provincial de Pisco – Ica.

QUISPE VERA MANUEL ALBERTO. Profesor de Educación Primaria, diplomados en Investigación, didáctica de ciencias sociales, en gestión y administración, solución de conflictos sociales, 25 años de docente universitario, 10 años de supervisor educativo en varias UGEL, 2 años de programador educativo, 13 años de director de ISP Mercedes Cabello de Carbonera, Presidente de CTAR Moquegua.

RAMOS ROJAS JAROL TEOFILO, Licenciado en Administración de Empresas, Magister en Gestión Pública, Magister en Educación con mención en Docencia y Gestión, Doctor en Administración Educativa, 5 años de docente universitario, 10 años de docente en educación técnica, gerente general de Proyectos y Servicios SAC, administrador de la Constructora Alva.

RODRIGUEZ SOTO JOSE ELEODORO. Licenciado en Administración, Magister en Gestión Empresarial, 8 años de docente universitario, 3 años de docente en educación superior tecnológica, 15 años de experiencia laboral en

asesoría empresarial, decano y vice decano del Colegio Regional de Administradores de Tacna y Moquegua, gerente de Agroindex Export, presidente de asociaciones empresariales.

XXII. INFRAESTRUCTURA Y EQUIPAMIENTO

En el campus de la Villa (Moquegua), la Escuela Profesional de Administración y Marketing Estratégico, tiene asignado en forma permanente 05 aulas y 01 laboratorios de cómputo y dos ambientes destinado a la dirección de la carrera, además tiene acceso a la biblioteca, auditorio y otros servicios del campus de la Villa de la UJCM.

Igualmente tiene asignados aulas, laboratorios de cómputo, biblioteca, laboratorios y otros servicios en el campus de La Pampa Inalámbrica de la ciudad de Ilo.

En las oficinas de enlace, las clases se llevan a cabo en aulas alquiladas a los centros educativos.

XXIII. EQUIPO Y RECURSOS DIDÁCTICOS

Las aulas que emplea la carrera profesional de Administración y Marketing Estratégico, en las ciudades de Moquegua e Ilo, están equipadas con carpetas individuales y cómodas para el trabajo universitario de los estudiantes (05 aulas con capacidad de 40 alumnos), cañones multimedia, computadora con instalación de internet, una mesita para el docente y pizarras acrílicas.

Los laboratorios de cómputo están equipados con 30, equipos de cómputo adecuados para el manejo de software de simulación de negocios y demás cursos que requieren el uso de laboratorios. Los alumnos tienen acceso a un centro de cómputo, biblioteca y otros servicios del campus de la Villa, que garantiza su formación profesional.

La Universidad en 2011 ha adquirido el simulador de negocios Lab Sag, útil para desarrollar prácticas al menos en 10 asignaturas de la carrera. La Universidad está comprando una plataforma virtual que tiene el propósito de vitalizar la educación a distancia y apoyar a los alumnos de la modalidad presencial y el programa de educación para adultos.