

UNIVERSIDAD EXTERNADO DE COLOMBIA
FACULTAD ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS
PROGRAMA DE PREGRADO

Descripción Materias Activas
Junio 2018

Tabla De Contenido

Plan de Estudios 2016-I	4
PRIMER SEMESTRE	4
Fundamentos de Prospectiva y Estrategia	4
Taller de Habilidades Personales	4
Fundamentos de Administración y Organizaciones.....	4
Métodos Cuantitativos en Gestión 1	5
Informática para los Negocios.....	5
Economía y Empresa	6
Empresa, Estado y Sociedad.....	6
SEGUNDO SEMESTRE	6
Propuestas Gerenciales.....	6
Fundamentos de Marketing.....	7
Análisis Organizacional.....	7
Desarrollo Sostenible	8
Contabilidad Gerencial.....	8
Métodos Cuantitativos en Gestión 2	8
Microeconomía	9
TERCER SEMESTRE	9
Taller de Habilidades Relacionales.....	9
Evaluación Integral de Competencias.....	9
Comportamiento Organizacional	10
Producción de Bienes y Servicios	10
Planeación Financiera y de Costos	11
Estadística y Probabilidades	11

Políticas y Entorno Macroeconómico	11
CUARTO SEMESTRE	12
Prospectiva	12
Investigación de Mercados	12
Comportamiento del Consumidor	13
Cadena de Abastecimiento	13
Investigación de Operaciones	14
Decisiones de Inversión y Financiación	14
Diagnóstico Sectorial y Regional	15
Seminario Aspectos Comerciales	15
QUINTO SEMESTRE	15
Dirección Estratégica.....	15
Comunicaciones Integradas de Mercadeo.....	16
Gestión Humana.....	16
Gestión del Mejoramiento	17
Modelos de Optimización	17
Mercados Financieros	17
Sistemas de Información Gerencial.....	18
Seminario Aspectos Laborales	18
Plan de Estudios 20061	¡Error! Marcador no definido.
QUINTO SEMESTRE	¡Error! Marcador no definido.
Gerencia de la Cadena de Valor	¡Error! Marcador no definido.
Gerencia de Proyectos	¡Error! Marcador no definido.
Historia del Desarrollo Empresarial Colombiano	¡Error! Marcador no definido.
SEXTO SEMESTRE	¡Error! Marcador no definido.
Gestión Estratégica	¡Error! Marcador no definido.
Gestión Humana.....	¡Error! Marcador no definido.
Comunicaciones Integradas de Mercadeo.....	¡Error! Marcador no definido.
Gerencia Financiera y de Valor Agregado	¡Error! Marcador no definido.
Gobierno y Asuntos Públicos.....	¡Error! Marcador no definido.
Proyecto País.....	¡Error! Marcador no definido.
Taller Plan de Negocios	¡Error! Marcador no definido.

SEPTIMO SEMESTRE	22
Gestión del Mejoramiento	22
Teoría de la Decisión	22
Liderazgo Directivo.....	22
Sistemas de Control de Gestión	23
Gobierno Corporativo y RSE.....	23
Evaluación de Proyectos	23
Seminario, Gerencia y Sociedad 3.....	24
OCTAVO SEMESTRE.....	24
Pensamiento y Práctica Gerencial.....	24
Desarrollo Organizacional	24
Gestión Tecnológica e Innovación	25
Gerencia de Mercadeo.....	25
Inteligencia de Negocios	25
Prácticas en Consultoría: Plan Padrinos.....	26
Negocios en Entorno Global.....	26
Taller Opción de Grado	27
NOVENO SEMESTRE	27
Opción de Grado	27
Casos Empresariales.....	27
Simuladores Empresariales	28

Plan de Estudios 2016-I

PRIMER SEMESTRE

Fundamentos de Prospectiva y Estrategia

Semestre: 1

Créditos: 2

Descripción:

La alta competitividad de los mercados le imponen al gerente actual, el reto de llevar a cabo procesos de anticipación que le permitan enfrentar los fenómenos del entorno. El Pensamiento Estratégico y la Prospectiva, le proveen al gerente los marcos conceptuales y metodologías que le permiten en el presente plantear escenarios de futuro y definir las estrategias con las que la empresa asegurará su perdurabilidad. Por esto se busca el desarrollo de las competencias relacionadas con el pensamiento estratégico, el manejo de los modelos estratégicos y prospectivos y el desarrollo de la capacidad de propuesta en relación con los futuros posibles de una organización, para que pueda construir un escenario de futuro para la empresa a partir del Modelo Prospectivo y desarrollar la capacidad de analizar diferentes ámbitos de la actividad social y humana desde una perspectiva estratégica y concebir y desarrollar un modelo mental que le permita implementar un Proceso estratégico para una organización.

Taller de Habilidades Personales

Semestre: 1

Créditos: 2

Descripción:

Basado en los conceptos del desarrollo personal, se hace indispensable trabajar al “ser” de la persona, del estudiante; en ese sentido, este es un espacio para que los estudiantes de primer semestre, personas y profesionales en formación, ejerzan su función de ser líderes de sí mismos.

Promover un espacio que permita a los participantes desarrollar la capacidad de reflexionar sobre sí mismos y sus dimensiones humanas: Relacional, Social, Espiritual, Cognitivo–Intelectual, Emocional, Sexual, Corporal, Ético- moral, Artística, Económica, Política, y Ecológico – ambiental; haciendo conciencia sobre aquellos aspectos que, en el proceso de desarrollo personal y profesional del estudiante, potencian su formación como Dirigente Líder con el fin de realizar un proceso de auto-conciencia, y reconocer de su realidad, del otro y del entorno.

Fundamentos de Administración y Organizaciones

Semestre: 1

Créditos: 2

Descripción:

El curso busca que sus participantes tengan una aprehensión de la evolución del pensamiento administrativo y los principales conceptos de la teoría organizacional con los que desarrollen competencias para el estudio gerencial de las organizaciones. A lo largo del curso se analizará y evaluará la aplicabilidad del conocimiento teórico en situaciones reales y concretas, mediante

ejercicios de descripción, observación y análisis y síntesis de fenómenos reales de las organizaciones. Se espera que los estudiantes adquieran un conocimiento sistematizado que les permita ordenar el análisis de las organizaciones para predecir y explicar los fenómenos observados, y adquieran competencias para la administración de éstas frente a los retos del entorno globalizado y cambiante. Los ejes temáticos básicos son: la organización como unidad de análisis, la administración como la práctica distintiva en las organizaciones; y la teoría organizacional como fundamento para explicar, predecir, comprender y actuar gerencialmente en y sobre las organizaciones.

De acuerdo a lo anterior, el estudiante desarrollara una capacidad crítica para observar, analizar, sintetizar, debatir y tomar posiciones y decisiones sobre los fenómenos organizacionales y desarrollar la capacidad de trabajo en equipo para entender, explicar y predecir una realidad organizacional.

Métodos Cuantitativos en Gestión 1

Semestre: 1

Créditos: 3

Descripción:

La creación de una base sólida en matemáticas, entendida como soporte a las áreas Administrativa, económica y financiera, pretende presentar al estudiante las nociones básicas del cálculo elemental que le permita solucionar y adecuar problemas dentro de su campo de trabajo y/o área de investigación. Por otra parte, en la medida que el estudiante logre adquirir facilidad en el manejo de las operaciones matemáticas tendrá además una estructuración lógica y sistemática de las ideas analíticas de los problemas que deberá tratar posteriormente.

Así, a través del manejo y la realización de cálculos numéricos con funciones de tipo lineal, cuadrático, exponencial, logarítmico, a trozos y racionales, además de la aplicación de los conceptos de límite y derivada, el estudiante ampliará las posibilidades de enfoque en los análisis organizacionales, podrá teorizar, presentar y transmitir en términos coherentes situaciones del área administrativa, y la adaptación e interpretación de los resultados obtenidos del modelo objeto del análisis.

Adicionalmente, podrá comprender los diferentes análisis relacionados con las funciones y sus gráficos que se realizan en las organizaciones, identificar las situaciones donde el proceso de modelado aporta ventajas para el análisis y toma de decisiones, comprender las funciones y sus aplicaciones.

Informática para los Negocios

Semestre: 1

Créditos: 2

Descripción:

Fortalecer las competencias personales y organizacionales de gestión de información de los estudiantes en su desempeño actual y futuro, en el sentido de buscar fuentes idóneas, de interpretar, producir y transmitir información adecuadamente, y de gestionar organizaciones teniendo en cuenta la función de la información, basados en sus habilidades de pensamiento y en las facilidades que brinda la tecnología.

Así el estudiante será capaz de buscar, usar, organizar y presentar información no estructurada (textos y multimedia) e información estructurada (numérica). Adicionalmente, usar en un nivel básico técnicas de modelamiento, elaboración y consulta de bases de datos e identificar factores importantes en la gestión organizacional de la información y el conocimiento.

Economía y Empresa

Semestre: 1

Créditos: 2

Descripción:

Para el administrador de empresas es de vital importancia llegar a entender el papel que juega dentro del sistema económico y cómo este sistema afecta cada una de las actividades que desarrolla, constituyéndose en un elemento fundamental para la toma de decisiones. Así, este curso busca brindar el instrumental analítico y conceptual, para el análisis del sistema económico, en un mundo globalizado.

Teniendo como base entendimiento del sistema económico y la relación entre la empresa y el sistema económico, el estudiante estudiará el objeto y método de la Economía, las características del sistema económico, el impacto de las fuerzas del mercado y la relación entre economía y empresa.

Empresa, Estado y Sociedad

Semestre: 1

Créditos: 2

Descripción:

En la medida en que los profesionales en administración de empresas ejercerán en la sociedad en una estrecha relación con el Estado y desde éste, con las empresas, resulta fundamental relacionar la formación de los tres conceptos con sus instituciones, las herramientas de participación, las formas de gobierno entre otros elementos. Entender estos conceptos le permitirá al estudiante apropiarse y aplicar eficientemente estrategias para tomar las mejores decisiones como ciudadano y empresario en la sociedad.

Así, se buscará que el estudiante esté en capacidad de utilizar los instrumentos jurídicos y los conocimientos políticos en la toma de decisiones empresariales, reconocer las normas jurídicas pertinentes y el entorno político nacional, regional e internacional para diseñar modelos de negocio viables que no amenace la organización empresarial, relacionar la historia y aplicar sus aprendizajes en sus decisiones empresariales y entenderá la manera de aplicar conceptos jurídicos en su relación como empresario dentro de un entorno social.

SEGUNDO SEMESTRE

Propuestas Gerenciales

Semestre: 2

Créditos: 2

Descripción:

A través de esta materia, se proporciona la fundamentación en los conceptos necesarios para el conocimiento y manejo de la disciplina administrativa, comprendiendo su evolución histórica en los marcos de distintos modelos y propuestas de gestión - trabajando como sistema, a fin de desarrollar las competencias requeridas para la Gerencia Integral (estratega, líder, organizador).

Así, el estudiante logrará Identificar y comprender los fundamentos y elementos constitutivos de las principales teorías del pensamiento administrativo partiendo de la segunda mitad del siglo XX dentro de su contexto (económico, sociocultural y geopolítico), comparar las principales propuestas a fin establecer las diferencias entre ellas desde la perspectiva del impacto en la organización y reflexionando sobre el aporte al pensamiento en la administración como disciplina, y contextualizar las propuestas a la coyuntura colombiana y reflexionar sobre su aplicabilidad.

Fundamentos de Marketing

Semestre: 2

Créditos: 2

Descripción:

Busca comprender y analizar los conceptos estratégicos del mercadeo y su evolución. Se pretende que los estudiantes puedan analizar el mercadeo desde dos perspectivas: micro-perspectiva y macro-perspectiva en mercadeo. Desde la micro-perspectiva de mercadeo se abordarán las técnicas de análisis que permiten aumentar la productividad y disminuir el riesgo en la toma de decisiones de mercadeo dentro de la empresa. Frente a la macro-perspectiva en mercadeo, se analizará el qué hacer en mercadeo desde un contexto social, cultural, histórico, estratégico, teórico y ético. Para lo cual, se identificarán y cuestionarán las ideologías y supuestos teóricos del conocimiento en mercadeo, sus prácticas, buscando encontrar nuevas interpretaciones desde el contexto del estudiante.

Basado en lo anterior, el curso buscará dar a conocer y entender los postulados fundamentales de mercadeo y los conceptos distintivos de mercadeo como disciplina académica y profesional desde el punto de vista de la creación de valor. Además, la aplicación de técnicas de análisis para lograr objetivos empresariales orientados a disminuir riesgo y maximizar la rentabilidad desde la perspectiva de la creación de valor y abordar de manera crítica y dar solución a problemáticas de mercadeo tales como segmentación, targeting, posicionamiento, mezcla de mercadeo y ventas.

Análisis Organizacional

Semestre: 2

Créditos: 2

Descripción:

Con el fin de brindar una visión holística del manejo de las organizaciones, se suministran las nociones teóricas y las técnicas de intervención relacionadas con el análisis de las organizaciones. Asimismo, se establecen las relaciones existentes entre la estrategia, la estructura y la cultura organizacional, entendidos como elementos cambiantes en el proceso de evolución de las organizaciones.

Desarrollo Sostenible

Semestre: 2

Créditos: 2

Descripción:

Las dinámicas productivas y empresariales, deben estar cimentadas sobre los tres pilares fundamentales: sociedad, economía y medio ambiente, lo anterior determina los principios básicos de la sostenibilidad. Por lo anterior, las empresas deben ser conscientes que su actividad económica genera impactos a sus grupos de interés siendo necesario implementar estrategias de Responsabilidad Social para mitigar dichos impactos y buscar la sostenibilidad del negocio y del medio ambiente, así como reforzar su licencia social para operar. Así mismo las políticas de desarrollo económico de los países deben estar alineadas con los objetivos del milenio para así generar propuestas que en conjunto logren satisfacer las necesidades e incluso poder acceder a nuevos mercados, siempre con la premisa fundamental de la preservación de los recursos naturales y el respeto por los derechos humanos Por lo anterior, es necesario plantearnos las siguientes preguntas: ¿Qué papel juegan los gobiernos y las empresas frente al cumplimiento de los ODS? ¿Cómo pueden las empresas contribuir a la construcción de paz?

Contabilidad Gerencial

Semestre: 2

Créditos: 2

Descripción:

estar capacitado para entender la estructura general e interpretar los estados financieros, así como para reconocer las relaciones entre los diferentes conceptos y cuentas que forman parte de estos estados. Ello le hará idóneo para evaluar la importancia de la información contable y financiera, comprender su utilidad en la toma de decisiones gerenciales y efectuar propuestas de gestión financiera.

Para este fin, el estudiante deberá preparar e interpretar los estados financieros básicos: balance general, estado de resultados, flujo de efectivo además del estado de costos de producción y ventas e identificar su correlación, así como comprender, interpretar y evaluar la información contenida en los estados financieros mediante indicadores para soportar la toma de decisiones.

Métodos Cuantitativos en Gestión 2

Semestre: 2

Créditos: 3

Descripción:

A través del análisis marginal y la localización de puntos máximos, mínimos y de inflexión, se permite al estudiante un manejo cuantitativo favorable de situaciones de tipo administrativo, lo que se traduce en una mayor eficiencia en el proceso de modelado.

Con base en lo anterior, por medio de esta asignatura se busca que utilicen la derivada como fuente de análisis, al igual que la razón de cambio, tasa de cambio y función marginal. Asimismo, permitirá al estudiante realizar operaciones de análisis marginal tales como costo, ingreso y utilidad,

determinar la función total e interpretar áreas definidas por medio de una integral definida, también utilizada para el manejo de flujos continuos de fondos.

Microeconomía

Semestre: 2

Créditos: 2

Descripción:

La formación del gerente integral demanda conocer los fundamentos teóricos y prácticos de la economía, relacionado con los procesos de producción y costos. De igual forma se requiere que el administrador tenga conocimientos claros sobre lo que son las estructuras de los mercados y la competencia. La capacidad del gerente para mejorar, tanto la eficiencia, como el posicionamiento estratégico de la empresa depende de su capacidad para aplicar los modelos económicos al análisis de las variables concretas de la empresa.

De este modo se utilizan los modelos económicos para la toma de decisiones empresariales en contextos globales a partir de los principales modelos sobre comportamiento del consumidor, el análisis de la aplicación de los modelos sobre producción y costos en procesos empresariales. Adicionalmente se plantea un análisis sobre estructuras sectoriales en industrias colombianas, de cara al diseño de la estrategia de la empresa

TERCER SEMESTRE

Taller de Habilidades Relacionales

Semestre: 3

Créditos: 2

Descripción:

Desarrollar en los estudiantes habilidades relacionales para el liderazgo, que les permitan interactuar con otras personas y con su entorno de una manera a través de su estudio y aprendizaje a partir de textos, actividades, experiencias y ejercicios enfocados al fortalecimiento de competencias interpersonales como parte esencial de su formación profesional.

Por medio de lo anterior, el estudiante logrará identificar estilos de relación en ámbitos organizacionales, sociales, públicos y personales; expresar de manera positiva sus emociones sin negar o irrespetar a los demás y sin sentirse mal al expresarlas; cualificar sus relaciones interpersonales; usar la escucha activa, la empatía, la asertividad para la construcción de relaciones interpersonales sanas; desarrollar la capacidad de influir en su entorno por medio de una comunicación efectiva, que involucra el respeto, la sinceridad, los valores personales, y habilidades para las relaciones humanas en general y utilizar las experiencias y habilidades favorecidas en la catedra en sus espacios de trabajo grupal, favoreciendo las relaciones y las tareas propias del mismo.

Evaluación Integral de Competencias

Semestre: 3

Créditos: 2

Descripción:

Con base en el modelo de Evaluación de Competencias de la Facultad de Administración de Empresas, y el perfil del Administrador Externadista, por medio de esta asignatura, se busca generar un espacio de reconocimiento, identificación, desarrollo y evaluación, desde diferentes fuentes, para observar y realizar la evaluación del desarrollo y fortalecimiento de las cinco competencias establecidas en perfil del Administrador Externadista: Cognitiva, Comunicativa, Contextual, Valorativa e Investigativa, dentro del ciclo Personal del Estudiante.

Así, como cierre del Ciclo Personal de formación del estudiante, se busca que, mediante el juego, la reflexión, observación y análisis, el estudiante realice un proceso de auto reconocimiento de sus habilidades y valores, para evaluar las habilidades de pensamiento que tienen los estudiantes, para el diagnóstico e identificación de variables asociadas a problemáticas y crear espacios para desarrollar en los estudiantes, habilidades para la organización de recursos y priorización de tareas de forma cooperativa.

Comportamiento Organizacional

Semestre: 3

Créditos: 2

Descripción:

La materia de Comportamiento Organizacional pretende dar a conocer los Fundamentos del comportamiento organizacional, relacionados con: a) Aspectos Individuales: personalidad, percepción, motivación, actitudes y aptitudes, valores y b. Aspectos Grupales: trabajo en equipo, comunicación, liderazgo, poder y control. Plantea el estudio de las condiciones históricas en las que los planteamientos básicos del comportamiento surgen y se desarrollan, sus posturas teóricas y metodológicas y las características de sus principales representantes. Con ello, se pretende orientar al estudiante en el análisis crítico respecto a la aceptación y los efectos de estas teorías en el mundo académico y empresarial y su aplicabilidad y vigencia en las condiciones actuales del contexto empresarial. Por otra parte, se plantea el conocimiento y la comprensión de las relaciones existentes entre el individuo, los grupos, las organizaciones y los entornos, por lo que se analiza la manera en que las condiciones políticas, económicas, sociales y culturales, así como los sistemas de producción, las condiciones estratégicas, estructurales y culturales de la empresa y las formas de organización del trabajo, impactan el comportamiento de los seres humanos dado en las organizaciones.

Producción de Bienes y Servicios

Semestre: 3

Créditos: 2

Descripción:

Basado en la necesidad que los procesos o procedimientos sean definidos mediante un diseño que estén relacionados con los objetivos de las organizaciones, el definir cada paso ,operación o actividad , el empleo de tecnología, el estándar de calidad ,los niveles de eficiencia y costo, esta materia busca proporcionar al estudiante los elementos básicos que le permitan conceptuar y aplicar las diferentes técnicas, teorías y modelos en la administración de la producción o de operaciones con la filosofía de estructurar un creador de empresas y generador de empleo.

Así podrá evaluar un sistema de producción o de operaciones, diseñar estrategias de producción o de operaciones que alineen con los objetivos estratégicos de la empresa y realizar mejoras en un sistema de producción o de operaciones haciendo uso racional de los recursos.

Planeación Financiera y de Costos

Semestre: 3

Créditos: 2

Descripción:

La Dirección General de las empresas basa sus decisiones estratégicas en resultados económicos, los cuales son objeto de análisis e interpretación para toma de decisiones. Dichos datos, se encuentran en los Estados Financieros, los cuales señalan resultados reales o históricos que complementados con datos sectoriales, indicadores macroeconómicos, informes de mercado, etc., se constituyen en parte fundamental de las proyecciones financieras, para finalmente obtener Presupuesto Operativo y Presupuesto Financiero que será utilizado en el establecimiento de objetivos corporativos que permitan visualizar a futuro el desempeño de la organización, en un horizonte de cinco años. Los Estados Financieros proyectados tendrán la particularidad de que estarán expresados siguiendo la estructura determinada por las Normas Internacionales de Información Financiera (NIIF), con el fin de suplir las necesidades de información para los inversionistas nacionales e internacionales.

Estadística y Probabilidades

Semestre: 3

Créditos: 3

Descripción:

Por medio de la asignatura, se busca dar a conocer y manejar las herramientas estadísticas existentes para presentar, caracterizar, analizar, estimar e inferir las características de una población con base en una muestra representativa de ella, así como también las bases fundamentales de la probabilidad como apoyo en la toma de decisiones en situaciones de incertidumbre en busca de una mejor comprensión del entorno en el cual se desempeña el Administrador de Empresas.

De acuerdo con lo anterior, el estudiante desarrollará las habilidades para Identificar y aplicar las etapas de una investigación estadística en un caso real y presentar la información mediante técnicas adecuadas. Adicionalmente, podrá caracterizar la información mediante medidas descriptivas, calcular y analizar la probabilidad de los eventos de una variable aleatoria, usar las distribuciones de probabilidad para el cálculo de probabilidad de un evento, conocer y aplicar la teoría fundamental en la que se apoyan las técnicas estadísticas inferenciales, determinar tamaños de muestra y seleccionar los elementos representativos de una población objetivo, estimar y probar hipótesis acerca de las características poblacionales, determinar el modelo de mejor ajuste para explicar el comportamiento de dos o más variables y calcular y analizar números índices del comportamiento de variables administrativas.

Políticas y Entorno Macroeconómico

Semestre: 3

Créditos: 2

Descripción:

el desempeño, desarrollo y futuro de las empresas está influenciado, positiva o negativamente, por una amplia serie de elementos, tales como relaciones (de mercado, políticas, sociales), hechos nacionales e internacionales (económicos o de otra naturaleza) y decisiones de política económica (nacionales o internacionales), que determinan en buena medida, junto con otros asuntos como la competencia, la dinámica sectorial, los mercados mundiales, etc., el entorno de sus negocios. En ese sentido, el concepto de entorno, la dinámica macroeconómica y las decisiones e impactos de política económica (tradicionales y sectoriales), entre otros temas relevantes, deben ser tenidos en cuenta por el futuro Gerente en el análisis de la dinámica empresarial, la formación de expectativas y la toma de decisiones.

De acuerdo a lo anterior se busca identificar y valorar el impacto que el comportamiento del entorno, la dinámica del sistema económico y la aplicación de diferentes medidas de política económica, así como otros hechos económicos y sociales, ejercen sobre la actividad empresariales través de la utilización de modelos económicos en la toma de decisiones empresariales en contextos globales y aplicar los conceptos de la macroeconomía, nacional e internacional, en los análisis de la actividad empresarial.

CUARTO SEMESTRE

Prospectiva

Semestre: 4

Créditos: 2

Descripción:

Basado en los fundamentos y conceptos básicos de la prospectiva, al igual que su historia, las escuelas y los tipos y modelos de pensamiento, aporta a la formación de un sentido teleológico en el ámbito personal, profesional y laboral logrando construir su futuro mediante el "espíritu voluntarista", es decir que sus capacidades y competencias las orienta a lograr, de varias posibilidades de futuro, aquella que desea para su organización o su nación.

A través del desarrollo de un pensamiento prospectivo básico, útil para visualizar los futuros posibles y construir el futuro deseable, el estudiante logrará imaginar y formular posibilidades de futuro con un umbral temporal mayor a 5 años, ejecutar una metodología básica que le permita gestionar la incertidumbre y los cambios que esta pueda generar, y encontrar y desarrollar rupturas.

Investigación de Mercados

Semestre: 4

Créditos: 2

Descripción:

Para la creación de las estrategias en las organizaciones, es fundamental crear escenarios sólidos y consistentes que permitan visualizar escenarios de mercado claros, con ello y teniendo en cuenta el factor incertidumbre, siempre será importante diagnosticar los comportamientos y mercados

apropiados para la generación de estrategias. Los Sistemas de Información de Mercadeo de los que hace parte la investigación de mercados, se han vuelto un activo intangible sumamente valioso para las compañías, en la medida en que están jugando un papel determinante como proveedor de información estratégica y cuyo fin es disminuir el grado de incertidumbre que antecede las decisiones, al ofrecer datos cualitativos y cuantitativos sobre los movimientos del mercado.

De acuerdo a lo anterior, se busca generar insights del consumidor explicando sus causas racionales e irracionales, a través del diseño de investigaciones de mercado las cuales generen información útil para la toma de decisiones, identificar y utilizar correctamente fuentes de información, utilizar metodologías y herramientas cualitativas y cuantitativas para analizar y presentar información, aplicar procedimientos estadísticos básicos y permita escribir reportes de investigación claros y útiles.

Comportamiento del Consumidor

Semestre: 4

Créditos: 2

Descripción:

Por medio de esta asignatura se busca comprender las variables, principios y leyes que rigen las actividades de mercadeo y su relación con el medio ambiente, la empresa y la sociedad. De acuerdo a lo anterior, se busca incentivar la participación activa por parte del estudiantado a generar nuevas opciones que permitan desarrollar un espíritu empresarial acorde a las necesidades de nuestro País.

Así, mediante la realización de talleres y análisis de casos, la asignatura de Comportamiento del Consumidor busca demostrar los procesos de análisis del comportamiento del consumidor para los fines estratégicos de identificación, creación y entrega de valor, la respuesta del consumidor a las acciones de mercadeo y los procesos de segmentación psicográfica y de consumo que pueden emplearse en la estrategia de mercadeo.

Adicionalmente se pretende definir el mercado de referencia en el que va a actuar a partir de las herramientas de segmentación que le permitan identificar los grupos de consumidores que conformarán el mercado potencial, objetivo y meta de la empresa. Describir y aplicar los nuevos modelos de medición de percepción del valor del consumidor, relacionándolos con las decisiones estratégica, aplicar los hallazgos (insights) provenientes de la investigación científica del consumidor relacionadas con las variables tácticas del modelo de mercadeo y finalmente, describir y diferenciar los principales modelos de toma de decisiones del consumidor, reconociendo los aspectos psicológicos que intervienen en la elección y en la toma de decisiones.

Cadena de Abastecimiento

Semestre: 4

Créditos: 2

Descripción:

La cadena de abastecimiento es la principal fuente para identificar oportunidades de generación de valor para los clientes. Así, los empresarios deberán desarrollar habilidades para poder entender cómo alcanzar ventajas competitivas que le den un valor diferencial en el mercado.

El curso busca que los estudiantes entiendan la importancia de la cadena de suministros, dentro de la estrategia de valor de cualquier empresa, abarcando temas como planeación y gestión de la demanda, abastecimiento, control de inventarios y distribución de materiales. Esta planeación se debe desarrollar e implementar bajo el uso de modelos estadísticos y de optimización como apoyo a los procesos de toma de decisiones relacionados con la administración de operaciones, logrando diseñar, implementar, administrar y mejorar sistemas integrados de abastecimiento, producción y distribución de bienes y servicios y entender de alternativas tecnológicas disponibles en el mercado para la administración de la cadena de valor.

Investigación de Operaciones

Semestre: 4

Créditos: 2

Descripción:

Los profesionales en administración de empresas se enfrentarán en diferentes situaciones en las que se requiera el manejo de grandes volúmenes de datos con los que se deberá tomar decisiones para optimizar los recursos escasos, para ello tendrán que organizarlos, elaborar generalizaciones y proyecciones. Adicionalmente, el formular eficientemente algunos modelos y utilizar técnicas matemáticas para la solución de problemas de las organizaciones haciendo énfasis en el área de producción representa una competencia vital para el Administrador de Empresas, ya que las metodologías basadas en matemáticas aplicadas ponen al alcance de quienes deciden, herramientas cuantitativas potentes que les permiten conocer mejor los sistemas y por ende dar mejores soluciones.

Basado en lo anterior, por medio de los conceptos del álgebra lineal, se busca que el estudiante tenga herramientas necesarias para manejar los datos, y estructurar en el planteamiento, interpretación y optimización de los resultados para tomar decisiones a partir de modelos de optimización. Asimismo, interpretar y analizar la información suministrada por los modelos para ser adaptados a las condiciones reales y que aprendan a formular, solucionar e interpretar modelos matemáticos de investigación de operaciones con aplicaciones en el área de producción.

Decisiones de Inversión y Financiación

Semestre: 4

Créditos: 2

Descripción:

Las empresas para medir la eficacia de sus operaciones o de sus nuevos proyectos, requieren de una serie de herramientas que les permita establecer la generación de valor a los inversionistas. Es así como las decisiones de inversión y financiación, utilizando los conceptos del valor del dinero en el tiempo, desarrollados por las Matemáticas Financieras, permiten establecer una serie de indicadores que trabajan el costo de oportunidad de los inversionistas a la hora de tomar decisiones.

De acuerdo a lo anterior, se busca definir conceptos básicos y herramientas financieras que permitan desarrollar habilidades para la toma de decisiones estratégicas, teniendo en cuenta el contexto económico y el marco ético de los proyectos y negocios, a través de herramientas como Flujos de Caja, cálculo de intereses y tasas, Tasa de oportunidad, WACC, TIO entre otros.

Diagnóstico Sectorial y Regional

Semestre: 4

Créditos: 2

Descripción:

Busca ampliar la visión de empresa del estudiante y pasar a la visión de sector. Esto permite comprender la dinámica de la competencia, la estructura sectorial y los determinantes de la competitividad. Además de la visión sectorial, es necesario que el empresario comprenda la dinámica de la cadena productiva en la cual está inmerso su sector y los clústeres que se podrían formar como resultado de procesos de maduración de las dinámicas y las redes institucionales que se forman. Finalmente, comprender el impacto de la política pública de desarrollo empresarial requiere comprender la forma como los sectores y los diferentes grupos de presión interactúan con el Estado; así como el efecto de las medidas que la política puede tener sobre el desempeño empresarial.

Para lograr lo anterior, se buscará desarrollar en el estudiante la capacidad, competencias, habilidades y destrezas necesarias para utilizar los instrumentos del análisis económico y financiero, para diagnosticar la situación de los sectores económicos y para interpretar el impacto que el entorno puede tener en el desempeño individual de la empresa.

Seminario Aspectos Comerciales

Semestre: 4

Créditos: 1

Descripción:

Dotar al estudiante de los conocimientos jurídicos básicos en derecho comercial, de manera que identifiquen cuándo se está en presencia de una relación jurídico comercial, qué diferencia existe entre empresario y comerciante, qué actos y documentos están sometidos a registro, en qué consiste el establecimiento de comercio, y cuáles son los principales instrumentos del derecho para proteger el mercado y los empresarios desde el derecho de la competencia y la propiedad industrial.

Proporcionar al estudiante los conceptos jurídicos básicos en derecho de sociedades, de manera que comprendan la regulación legal del empresario organizado a partir de una estructura corporativa y facilitar al estudiante la comprensión jurídica de los principales instrumentos negociables a partir de los cuales se mueve el tráfico mercantil.

QUINTO SEMESTRE

Dirección Estratégica

Semestre: 5

Créditos: 2

Descripción:

Los Gerentes y Administradores buscan que sus organizaciones permanezcan y crezcan, siendo rentables y competitivas. Para lograrlo es necesario estar atento a los agentes externos que afectan la permanencia de las mismas, de manera que se pueda reaccionar ante las oportunidades y

amenazas que se presenten. Para esto, es necesario que los directivos conozcan la forma de identificar las diferentes variables tanto externas como internas. Es necesario también, diagnosticar el estado de la organización de manera que se identifiquen las debilidades y las fortalezas, que permitan hacer frente a los cambios y retos de los negocios y de los cambios y tendencias a nivel mundial.

Así, se busca contextualizar la organización a nivel mundial, identificar las tendencias del sector a nivel mundial, realizar un diagnóstico tanto interno como externo de la organización, aplicar herramientas para el pensamiento estratégico y realizar formulación estratégica de una organización.

Comunicaciones Integradas de Mercadeo

Semestre: 5

Créditos: 2

Descripción:

Diseñar el plan de comunicación, de manera integral y tendiente al logro de los objetivos de comercialización de los productos o servicios ofrecidos, coherentes con las políticas de la empresa y las necesidades del mercado.

Así, el estudiante deberá diseñar el Plan de Comunicación Integrada para una empresa de productos o servicios, basado en el modelo de comunicación efectiva como punto de partida para el diseño de la estrategia de comunicación de una empresa, el conocimiento de las diferentes herramientas para comunicar un producto o servicio, acorde al target, al producto y al presupuesto.

Adicionalmente logrará evaluar estrategias de Merchandising, Mercadeo Directo, Relaciones Públicas, Promociones de Venta y venta Directa al construir la propuesta del plan de comunicaciones Integradas, conocer e implementar nuevas alternativas de comunicación acordes con los avances de la tecnología y los cambios del mercado, conocer las nuevas formas de hacer publicidad, y desarrollar modelos de monitoreo frente a los nuevos medios que surgen día a día, producto de las nuevas tecnologías y del mundo cambiante.

Gestión Humana

Semestre: 5

Créditos: 2

Descripción:

Busca la fundamentación y el conocimiento de los elementos teóricos y prácticos que le permitan entender al ser humano como motor clave en la construcción y desarrollo de la Organizaciones, independientemente de su tamaño o actividad económica. Así, está orientada a brindar al estudiante la oportunidad de conocer opciones de entendimiento e intervención mediante el trabajo con las personas en las organizaciones, a fin de contribuir al logro de los objetivos organizacionales y en el desarrollo de los empleados. Logrando identificar y aplicar conceptos frente al diseño, planeación, construcción, desarrollo y seguimiento de los procesos de Talento Humano.

De acuerdo con lo anterior, a través de este curso, el estudiante estará en capacidad de comprender y explicar el papel que cumple la Gestión con las personas en el logro de los objetivos individuales, funcionales, misionales y sociales de una organización, desarrollar habilidades que le permitan dentro

de un marco ético, plantear, sustentar y participar en el desarrollo de programas tendientes a obtener y mantener el capital humano dentro de la Organización, entender, comprender y explicar la estructura de funcionamiento y trabajo de la Gestión del Talento Humano en las Organizaciones y proponer y desarrollar escenarios de trabajo administrativo con las personas, basados en el conocimiento técnico y teórico de los procesos de Talento humano.

Gestión del Mejoramiento

Semestre: 5

Créditos: 2

Descripción:

Proporcionar los conocimientos que le permitan al Administrador de Empresas, convertirse en agente permanente de cambio por medio de la implementación de sistemas de mejoramiento continuo en la organización de forma que ésta alcance ventajas competitivas, generando al mismo tiempo, valor agregado para la empresa y la sociedad.

Por medio de este curso, el estudiante logrará elaborar un diagnóstico integral de la organización, así como de cada una de las áreas integrantes. Adicionalmente la identificación de oportunidades de mejoramiento, la formulación, evaluación y ejecución de políticas y estrategias de mejoramiento, el análisis y la proposición de estrategias para la solución de problemas con base en herramientas estadísticas y la gestión del conocimiento individual, colectivo y organizacional orientado a fortalecer las estrategias de mejoramiento.

Modelos de Optimización

Semestre: 5

Créditos: 2

Descripción:

La teoría de la decisión brinda herramientas necesarias para manejar datos, además de estructurarlos en el planteamiento, interpretación y optimización de los resultados, con el fin de preparar al estudiante para enfrentarse a las diferentes situaciones en las que se requiera el manejo de grandes volúmenes de datos con los que se deberá tomar decisiones.

Así busca reconocer la metodología de resolución de problemas reales a través del uso de conceptos matemáticos, como un modo de desempeño profesional que permita identificar entre distintas estrategias de solución a las situaciones presentadas, aquella que otorga la mejor decisión, logrando aprender a formular, solucionar e interpretar modelos de decisión aplicados en diversos campos, tales como el riesgo, la incertidumbre, etc. Y generar estrategias para organizar, plantear y solucionar en las que se presenten grandes paquetes de datos, por medio de la toma de decisiones a partir de modelos de optimización.

Mercados Financieros

Semestre: 5

Créditos: 2

Descripción:

Los Gerentes, Empresarios, Analistas financieros, etc. cuentan entre otras responsabilidades, la de administrar adecuadamente los recursos financieros que tienen a cargo, para lo cual es de gran importancia el conocimiento de los diferentes mercados financieros, tipos de entidades que los conforman, actores de los mismos, marco regulatorio, entidades de control y supervisión. Adicionalmente, el análisis analizar los riesgos inherentes a los mismos con el fin de preservar el capital y buscar la maximización de utilidades.

El conocimiento de los diferentes mercados financieros igualmente facilita comprender las diferentes situaciones que se presentan en el entorno nacional e internacional, las crisis que se producen en los mercados, así como las diferentes maneras para mitigar dichos acontecimientos.

Sistemas de Información Gerencial

Semestre: 5

Créditos: 2

Descripción:

El curso busca acompañar a los estudiantes en el desarrollo de conocimiento conceptual, marcos propios de análisis y habilidades prácticas en torno a los sistemas de control de gestión y su aplicación en diversos contextos.

Así, el estudiante estará en capacidad de recordar y entender los principales mecanismos de control de gestión, de orientación financiera y no financiera, empleados en las organizaciones, aplicar en un nivel básico dichos mecanismos para mejorar situaciones problema que se presentan frecuentemente en las organizaciones, analizar en contexto las ventajas y desventajas de estos mecanismos, crear y refinar un marco analítico, propio e individual, que sintetice y soporte su aprendizaje conceptual, práctico y analítico y emplear, de manera experimental, este marco analítico a diferentes situaciones relacionadas con control de gestión.

Seminario Aspectos Laborales

Semestre: 5

Créditos: 1

Descripción:

El profesional de administración de empresas debe ser un conocedor y aplicador de la legislación laboral colombiana existente y vigente, además de conocer el entorno internacional y la prospectiva de la materia con miras al manejo del talento humano o a la protección y defensa de sus derechos como trabajador. Así, se brindarán los conceptos relevantes tales como los principios del derecho laboral, la definición de contrato de trabajo, las obligaciones de las partes, salarios, prestaciones sociales y los causales para la terminación del contrato de trabajo con justa causa.

SEXTO SEMESTRE

Gobierno Corporativo y RSE

Semestre: 6

Créditos: 2

Descripción:

Hoy en día hace necesario desarrollar competencias que concienticen la relevancia de los impactos sociales, económicos y ambientales que pueden tener las organizaciones. Por esto, con el estudiante debe promoverse una gestión gerencial y empresarial responsable y alineada con la sostenibilidad.

De acuerdo con lo anterior, se busca desarrollar competencias para promover y facilitar una gestión gerencial y empresarial responsable con la sociedad por parte de los egresados. Así, se busca influenciar al estudiante para que logre reflexionar y comprender la dimensión y alcance del concepto de Responsabilidad Social, manejar las herramientas y experiencias necesarias para que puedan gestionar las operaciones de la empresa de acuerdo a los criterios internacionales de responsabilidad social empresarial, para lograr poner en práctica en una empresa pyme los conocimientos y herramientas adquiridas en la materia y reflexionar y comprender la dimensión y alcance del concepto de Responsabilidad Social.

Gestión del Conocimiento y Desarrollo Organizacional

Semestre: 6

Créditos: 2

Descripción:

Asegurar la interiorización de los pilares fundamentales del marco conceptual del desarrollo organizacional, en el contexto de la creación de valor y la gestión de resultados de empresas e instituciones. Ofrecer herramientas para la formulación de indicadores y/o métricas de proceso y resultado, que permitan determinar el nivel de éxito de las acciones de desarrollo organizacional implementadas. Conocer y entender los antecedentes del marco teórico alrededor de los conceptos relacionados con cultura, diseño y psicología organizacional, así como su desarrollo teórico contemporáneo. Presentar diferentes alternativas metodológicas e instrumentales para el desarrollo organizacional a partir de la comprensión de un estado actual y el diseño de un estado deseado. Desarrollar en el estudiante una perspectiva integral acerca del fenómeno de aprendizaje y cambio organizacional y de las herramientas disponibles para su gestión, que incluya pero que vaya más allá de la capacitación como instrumento facilitador del proceso.

Evaluación Integral de Competencias

Semestre: 6

Créditos: 2

Descripción:

Con base en el modelo de Evaluación de Competencias de la Facultad de Administración de Empresas, y el perfil del Administrador Externadista, por medio de esta asignatura, se busca generar un espacio de reconocimiento, identificación, desarrollo y evaluación, desde diferentes fuentes, para observar y realizar la evaluación del desarrollo y fortalecimiento de las cinco competencias establecidas en perfil del Administrador Externadista: Cognitiva, Comunicativa, Contextual, Valorativa e Investigativa, dentro del ciclo social del Estudiante.

Gerencia de Mercadeo

Semestre: 6

Créditos: 2

Descripción:

Busca comprender la naturaleza de la estrategia corporativa, la relación de las estrategias de mercadeo como mecanismos que apoyan la supervivencia de la empresa. Asimismo, adquirir una visión holística de la empresa, que permita integrar los conocimientos y habilidades y que destaque la necesidad de coherencia interna entre las distintas áreas de la empresa y entre los distintos niveles de análisis (corporativo, competitivo y funcional).

Así, el estudiante logrará formular un Plan de Mercadeo de una manera disciplinada y completa para una organización, tanto del sector público como del privado, con criterio claro y considerando las múltiples variables que afectan la comercialización de la organización. Además, desarrollar la capacidad de análisis de situaciones concretas, identificando a partir de ellos potenciales oportunidades y amenazas, fortalezas y debilidades y ventajas y desventajas competitivas como base para la formulación de estrategias y su ejecución, desarrollar habilidades y competencias en la formulación estratégica bajo diferentes escenarios, comprendiendo el papel de la gerencia de mercadeo en las organizaciones y las acciones estratégicas que se desarrollan.

Gerencia Innovación Empresarial

Semestre: 6

Créditos: 2

Descripción:

Se busca comprender la innovación como una importante fuente de crecimiento y un factor determinante para la ventaja competitiva, que se encuentra íntimamente relacionada con la adecuada gestión del conocimiento y la gestión tecnológica en las organizaciones.

De acuerdo con lo anterior, el estudiante estará en capacidad de comprender la importancia de la creatividad en el proceso de innovación, comprender la relación entre la cultura organizacional y la innovación, conocer los diferentes modelos de organización y de gestión para la innovación, comprender la vinculación entre la gestión del conocimiento, la innovación y la competitividad, conocer la importancia y fases de la gestión tecnológica en una organización y del ecosistema en el proceso de innovación de la empresa.

Gerencia Financiera

Semestre: 6

Créditos: 2

Descripción:

Uno de los grandes retos empresariales es poder manifestar en la realidad de la gestión de los recursos empresariales, la estrategia definida para la empresa, logrando una verdadera generación de valor y competitividad en beneficio tanto de los dueños como de todos sus stakeholders. Así, este curso busca aportar a la creación de un gerente integral (Líder, Organizador y Estratega) capaz de convertir los recursos a su disposición en recursos productivos, rentables y generadores de valor a

través de la eficiente toma de decisiones y con la mira puesta en el logro de los objetivos empresariales fundamentales: permanecer, ser rentable, crecer y generar valor.

Por medio de esta asignatura, el estudiante estará en capacidad de diseñar un modelo financiero que, siguiendo los lineamientos de la estrategia, se enmarque en la permanente búsqueda de valor por parte de la organización, y soporte adecuadamente la toma de decisiones financieras.

Fundamentos de Proyectos PMI

Semestre: 6

Créditos: 2

Descripción:

Desarrollar competencias profesionales para la concepción, desarrollo e implementación de proyectos viables y realistas dentro del marco de referencia de una organización o unidad de negocio interactuando con equipos multidisciplinarios, clientes, colegas de trabajo y proveedores bajo las directrices y metodología establecida por el Project Management Institute (USA).

Así, se busca que el estudiante desarrolle habilidades para reconocer diferentes herramientas y métodos de trabajo que permitan tomar decisiones y orientar la gestión integral de los equipos de trabajo temporalmente organizados para la puesta en marcha de diversos proyectos en la organización. Además, permite sentar los fundamentos de una metodología sistemática de acuerdo con herramientas administrativas analizadas que permiten tener éxito en la gestión de proyectos mediante habilidades críticas y lógicas de un líder o miembro de un equipo de trabajo, comprender el glosario básico y la terminología en inglés comúnmente aplicada en Project Management y adoptar y llevar a la práctica los conceptos de Proyectos como una competencia profesional en el diario quehacer de un Administrador de Empresas.

Organización y Entorno

Semestre: 6

Créditos: 2

Descripción:

El objetivo del curso es el de analizar la historia empresarial colombiana de forma comparativa con la de economías desarrolladas utilizando una dialéctica entre las lógicas de los discursos administrativos propios de cada periodo con las teorías organizacionales desarrolladas desde la década de 1960 para entender y explicar las relaciones entre entorno y organizaciones. De esta forma, la asignatura permite que el estudiante aprenda los fundamentos de la teoría organizacional moderna al tiempo de que hace un recorrido por los hitos de la historia empresarial y las relaciones organización entorno.

Seminario Aspectos Tributarios

Semestre: 6

Créditos: 1

Descripción:

El profesional de administración de empresas, al actuar en un contexto altamente vinculado con el Estado y la Sociedad colombiana, debe ser un conocedor y aplicador de la legislación nacional actual. Así, se busca presentar una introducción general al Derecho Fiscal, mostrando sus conceptos básicos, fuentes, principios, aplicación e interpretación y principales institutos, con el fin que el gerente conozca sus derechos y deberes, y cumpla con sus obligaciones.

PLAN DE ESTUDIOS 2006

SEPTIMO SEMESTRE

Gestión del Mejoramiento

Semestre: 7

Créditos: 3

Descripción: Esta asignatura brinda al estudiante las herramientas necesarias para planear, organizar, dirigir y controlar planes de mejora continua en las organizaciones, teniendo en consideración las necesidades de los clientes y las partes interesadas. A partir de ello, el estudiante podrá elaborar un diagnóstico integral de la organización, así como de cada una de las áreas integrantes; Identificar y abordar oportunidades de mejoramiento; Formular, evaluar y ejecutar políticas y estrategias de mejoramiento; Analizar y proponer estrategias para la solución de problemas con base en herramientas estadísticas; Gestionar conocimiento individual, colectivo y organizacional orientado a fortalecer las estrategias de mejoramiento.

Teoría de la Decisión

Semestre: 7

Créditos: 3

Descripción: Los profesionales en administración de empresas se enfrentarán en diferentes situaciones en las que se requiera el manejo de grandes volúmenes de datos con los que se deberá tomar decisiones. La teoría de la decisión brinda herramientas necesarias para manejar datos, además de estructurarlos en el planteamiento, interpretación y optimización de los resultados.

Así se busca reconocer la metodología de resolución de problemas reales a través del uso de conceptos matemáticos, como un modo de desempeño profesional que permita identificar entre distintas estrategias de solución a las situaciones presentadas, aquella que otorga la mejor decisión. Adicionalmente aprender a formular, solucionar e interpretar modelos de decisión aplicados en diversos campos, tales como el riesgo, la incertidumbre, etc.; generar estrategias para organizar, plantear y solucionar en las que se presenten grandes paquetes de datos; tomar decisiones a partir de modelos de optimización.

Liderazgo Directivo

Semestre: 7

Créditos: 3

Descripción:

Formar a los estudiantes de séptimo semestre de administración de empresas en desarrollos del saber teórico-práctico del liderazgo directivo, poniendo a prueba algunas de sus competencias de Dirigentes-Líderes en construcción; comprometidos con una visión holística de las organizaciones, la sociedad, el país, y la humanidad, potenciando el desarrollo de un carácter competente para orientar procesos de cambio positivos bajo un marco ético, fundamento del liderazgo transformacional.

Sistemas de Control de Gestión

Semestre: 7

Créditos: 3

Descripción:

Las organizaciones públicas y privadas tienen grandes desafíos para armonizar la intención estratégica con la alineación de recursos y capacidades en un entorno de naturaleza compleja y rápidos cambios. Desde la perspectiva externa las empresas deben estar alerta en cambios tecnológicos, normativos y del comportamiento de los diversos "stakeholders". Internamente las empresas buscan alcanzar ventajas competitivas sostenibles a través de una exitosa implementación de sus estrategias que generen valor para los accionistas y partes interesadas. Contar con un sistema de gestión, que por una parte armonice los activos tangibles e intangibles y por otra integre la formulación de la estrategia con su implementación es imperativo para las organizaciones si quieren sobrevivir y prosperar en un entorno tan competitivo. Por ello es importante que los administradores de empresas apliquen un marco de conocimientos y herramientas para lograr la implementación exitosa de estos sistemas en un entorno estratégico bien sea para organizaciones con o sin ánimo de lucro como gubernamentales.

Gobierno Corporativo y RSE

Semestre: 6

Créditos: 2

Descripción:

Hoy en día hace necesario desarrollar competencias que concienticen la relevancia de los impactos sociales, económicos y ambientales que pueden tener las organizaciones. Por esto, con el estudiante debe promoverse una gestión gerencial y empresarial responsable y alineada con la sostenibilidad.

De acuerdo con lo anterior, se busca desarrollar competencias para promover y facilitar una gestión gerencial y empresarial responsable con la sociedad por parte de los egresados. Así, se busca influenciar al estudiante para que logre reflexionar y comprender la dimensión y alcance del concepto de Responsabilidad Social, manejar las herramientas y experiencias necesarias para que puedan gestionar las operaciones de la empresa de acuerdo a los criterios internacionales de responsabilidad social empresarial, para lograr poner en práctica en una empresa pyme los conocimientos y herramientas adquiridas en la materia y reflexionar y comprender la dimensión y alcance del concepto de Responsabilidad Social.

Evaluación de Proyectos

Semestre: 7

Créditos: 3

Descripción:

Presentar al estudiante metodologías de formulación y evaluación de proyectos de Inversión, así como facilitar la aplicación de las mismas en un proyecto de creación de empresa. El estudiante estará en capacidad de: Desarrollar metodologías de formulación y evaluación de proyectos de Inversión, Elegir la alternativa más conveniente al momento de tomar decisiones de elección sobre varios proyectos, entender el impacto que la variable riesgo tienen sobre un proyecto.

Seminario, Gerencia y Sociedad 3

Semestre: 7

Créditos: 3

Descripción:

Aportar al estudiante conceptos básicos que le permitan pensar, intervenir y transformar los entornos de los negocios y/o de las organizaciones empresariales. Abordando problemáticas tales como: la pobreza, el desarrollo; el progreso; el conflicto y las contradicciones sociales. Mediante el emprendimiento; la responsabilidad social empresarial; la sostenibilidad medio ambiental e iniciativas implementadas, el administrador de empresas en formación reconoce las problemáticas y necesidades sociales y reflexiona sobre las iniciativas que, desde la administración, se pueden crear y fomentar para contribuir con el mejoramiento de la sociedad.

OCTAVO SEMESTRE

Pensamiento y Práctica Gerencial

Semestre: 8

Créditos: 3

Descripción:

Ampliar la visión de los Estudiantes en torno a la forma de pensar de los gerentes, sus hábitos y conductas gerenciales más frecuentes, en el ámbito de la pequeña, mediana y gran empresa, contrastando estas realidades con “el deber ser gerencial”, y comparándolas con las visiones de autores que hoy son referentes mundiales. El análisis del pensamiento y de las prácticas gerenciales se aborda desde la perspectiva de las empresas familiares y no familiares, así como desde la óptica de las compañías de capital abierto y capital cerrado. De igual manera, el curso explora los hábitos, pensamientos y conductas gerenciales más frecuentes de cada etapa del ciclo de vida y/o etapa en que se encuentran las empresas.

Desarrollo Organizacional

Semestre: 8

Créditos: 3

Descripción: Asegurar la interiorización de los pilares fundamentales del marco conceptual del desarrollo organizacional, en el contexto de la creación de valor y la gestión de resultados de empresas e instituciones. Ofrecer herramientas para la formulación de indicadores y/o métricas de proceso y resultado, que permitan determinar el nivel de éxito de las acciones de desarrollo organizacional implementadas. Conocer y entender los antecedentes del marco teórico alrededor de

los conceptos relacionados con cultura, diseño y psicología organizacional, así como su desarrollo teórico contemporáneo. Presentar diferentes alternativas metodológicas e instrumentales para el desarrollo organizacional a partir de la comprensión de un estado actual y el diseño de un estado deseado. Desarrollar en el estudiante una perspectiva integral acerca del fenómeno de aprendizaje y cambio organizacional y de las herramientas disponibles para su gestión, que incluya pero que vaya más allá de la capacitación como instrumento facilitador del proceso.

Gestión Tecnológica e Innovación

Semestre: 8

Créditos: 3

Descripción:

La asignatura busca que el estudiante desarrolle la capacidad de comprender la innovación como una importante fuente de crecimiento y un factor determinante para la ventaja competitiva, que se encuentra íntimamente relacionada con la adecuada gestión del conocimiento y la gestión tecnológica en las organizaciones. Asimismo, comprender la importancia de la creatividad en el proceso de innovación, la relación entre la cultura organizacional y la innovación, conocer los diferentes modelos de organización y de gestión para la innovación, comprender la vinculación entre la gestión del conocimiento, la innovación y la competitividad, la importancia y fases de la gestión tecnológica en una organización y la importancia del ecosistema de innovación, en el proceso de invención de la empresa.

Gerencia de Mercadeo

Semestre: 8

Créditos: 3

Descripción:

Busca comprender la naturaleza de la estrategia corporativa, la relación de las estrategias de mercadeo como mecanismos que apoyan la supervivencia de la empresa. Asimismo, adquirir una visión holística de la empresa, que permita integrar los conocimientos y habilidades y que destaque la necesidad de coherencia interna entre las distintas áreas de la empresa y entre los distintos niveles de análisis (corporativo, competitivo y funcional).

Así, el estudiante logrará formular un Plan de Mercadeo de una manera disciplinada y completa para una organización, tanto del sector público como del privado, con criterio claro y considerando las múltiples variables que afectan la comercialización de la organización. Además, desarrollar la capacidad de análisis de situaciones concretas, identificando a partir de ellos potenciales oportunidades y amenazas, fortalezas y debilidades y ventajas y desventajas competitivas como base para la formulación de estrategias y su ejecución, desarrollar habilidades y competencias en la formulación estratégica bajo diferentes escenarios, comprendiendo el papel de la gerencia de mercadeo en las organizaciones y las acciones estratégicas que se desarrollan.

Inteligencia de Negocios

Semestre: 8

Créditos: 3

Descripción:

Los estudiantes tendrán que gestionar información en cada una de las organizaciones en las que se desempeñen; lo cual es una actividad fundamental para poder subsistir en un mercado que cambia cada vez con mayor velocidad, de forma dinámica y a niveles globales. Para que un estudiante que comienza su carrera profesional pueda ser competitivo es necesario que conozca la información de la organización y del entorno en la cual esta tiene contacto; el problema es que en los últimos años la información en las organizaciones se está duplicando todos los años: fenómeno que se conoce hoy en día como BIG DATA. Además, sumándole que tendrá que comenzar a tomar decisiones en sistemas extraordinariamente ricos en información se encontrara en un escenario de incertidumbre constante. La disciplina denominada como Business Intelligence se convierte en una solución a este problema por medio de un conjunto de estrategias y herramientas que a través de un sistema de información inteligente permitirá a cada futuro profesional Externadista lograr administrar y crear conocimiento mediante el análisis de los datos existentes en cualquier organización.

Prácticas en Consultoría: Plan Padrinos

Semestre: 8

Créditos: 3

Descripción:

Generar espacios de interacción Universidad – Empresa en los cuales el estudiante ponga en práctica los conocimientos y experiencias adquiridos a través del Plan de estudios al servicio de una Pequeña y Mediana Empresa, permitiéndole de esta manera mejorar su nivel competitivo en el mercado. Adicionalmente, se logra desarrollar competencias que le faciliten su inserción en un entorno laboral o en la creación de su propia unidad organizacional. Así, se desarrolla un proceso de consultoría asistida en la que interaccione el estudiante en conjunto con el empresario Pyme, logrando no solo contextualizar la empresa si no plantear posibles propuestas de mejora a través de planes de acción concretos que mejoren el desarrollo de la organización.

Negocios en Entorno Global

Semestre: 8

Créditos: 3

Descripción:

La internacionalización se está convirtiendo en una necesidad para las empresas, incluso para aquellas que tienen éxito en sus mercados nacionales. Esto afecta tanto a las grandes como a las pequeñas, ya que el tamaño reducido ha dejado de ser una limitación para competir en el exterior; de hecho, hay empresas que ya desde su nacimiento se conciben de forma global, destinadas a competir en los mercados internacionales, no en el doméstico. Entre los recursos de las empresas con éxito internacional, destaca el papel de las capacidades directivas que poseen: el buen hacer de los directivos es uno de los principales activos de sus empresas, y de cualquier país, cabría añadir. Pues bien, para apoyar y mejorar la calidad de su trabajo se necesita, entre otras cosas, conocimiento especializado.

Taller Opción de Grado

Semestre: 8

Créditos: 3

Descripción:

Entendiendo que el administrador de empresas egresado de la Universidad Externado de Colombia debe tener capacidad para la dirección y el liderazgo, como competencias esenciales para la vida personal y profesional que le permitan desempeños autónomos, cívicos, éticos, creativos y orientados hacia la gerencia integral; es necesario que en el último semestre de formación, previo a la experiencia optativa como requisito de grado: Creación de empresa, Investigación monográfica o Práctica profesional, se propicie en el estudiante comprender y poner en contexto las elaboraciones teóricas y prácticas en relación a la Administración de Empresas, orientadas a lograr mejoras en los contextos organizacionales. De otra parte, es pertinente ofrecer oportunidad y orientación para que profundice su autoconocimiento y la formulación de su Proyecto de Vida, como fundamentación personal para el desarrollo de su vida plena y productiva.

NOVENO SEMESTRE

Opción de Grado

Semestre: 9

Créditos: 16

Descripción:

Como etapa de culminación del programa de pregrado el estudiante debe realizar una (1) de las siguientes opciones:

- Práctica Profesional
- Trabajo de Investigación
- Creación de Empresa

Casos Empresariales

Semestre: 9

Créditos: 3

Descripción:

Brindar al estudiante las herramientas de análisis y reflexión de la metodología del caso, con el propósito de desarrollar las habilidades para resolver problemas y la capacidad de tomar decisiones, abordando los desafíos dentro del entorno laboral que se presenten de manera ordenada.

Por medio de esta metodología, el estudiante estará en capacidad de establecer situaciones objeto de análisis en el ámbito organizacional, identificar relaciones de causalidad, determinar factores críticos en el sentido de gobernabilidad, motricidad e impacto y plantear alternativas de solución.

Simuladores Empresariales

Semestre: 9

Créditos: 3

Descripción:

El objetivo es desarrollar habilidades gerenciales dándole una perspectiva integrada de la totalidad de la operación del negocio, a través del desarrollo de una planificación estratégica y la capacidad de ejecución en un entorno de rápida evolución.

Para lograr dicho objetivo, el estudiante deberá estar en capacidad de cristalizar los vínculos entre las decisiones de negocio y los resultados financieros, inculcar un enfoque en los resultados financieros y paralelo a esto la necesidad de entregar valor al cliente, entender y procesar la importancia de utilizar los datos del mercado y las señales competitivas para ajustar el plan estratégico y centrarse mejor en las tácticas de negocios, desarrollar el trabajo en equipo en todas las funciones, generar enlaces de nuevas vías de comunicación, promover una mejor toma de decisiones, ayudando a ver cómo estas pueden afectar el desempeño de los demás y la organización en su conjunto, facilitar el aprendizaje de los conceptos importantes de negocio, principios y formas de pensar, experimentar los retos y beneficios de los empresarios por la puesta en marcha y funcionamiento de un nuevo negocio y fomentar la confianza a través del conocimiento y la experiencia.