

PROGRAMA DEL CURSO: LQ0021 COMPETITIVIDAD Y GERENCIA EMPRESARIAL II Ciclo 2022

Datos Generales:

Sigla: LQ0021

Nombre del curso: Competitividad y Gerencia Empresarial

Tipo de curso: Regular

Número de créditos: 3

Número de horas semanales presenciales: 4 horas

Número de horas semanales de trabajo independiente del estudiante: 5 horas

Requisitos: LQ-0017 Sistemas de Producción I

Co-requisitos: No tiene.

Ubicación en el plan de estudio: X Ciclo

Horario y horas lectivas del curso: miércoles de 17:00 a 20:50 pm.

Suficiencia: No

Tutoría: No

Tipo de entorno: al menos 75% Virtual

Modalidad: El curso (teórico-práctico) tendrá modalidad mixta sincrónica y asincrónica

Datos del Profesor:

Nombre: MGA. Danilo G. Arias Vargas

Correo Electrónico: dgariasv@gmail.com

Horario de atención a estudiantes: jueves de 3pm a 5 pm y citas virtuales y/o WhatsApp (88759819).

1. Descripción y justificación del curso:

El curso “Competitividad y Gerencia Empresarial”, está orientado a fomentar en el estudiante su vocación gerencial y el interés en ejercer la dirección general de empresas o de áreas funcionales de empresas y organizaciones, así como fomentar el espíritu emprendedor.

Se estudiarán los conceptos modernos y más relevantes de la gestión gerencial, enfocando su formación en aspectos relevantes de micro y macroeconomía, mercadeo, finanzas y planeamiento estratégico; utilizando ejemplos de nuestra realidad, casos de estudio, resolución de problemas, investigaciones de campo, aplicaciones.

2. Objetivo General

- Desarrollar en el estudiante habilidades de emprendimiento, pensamiento crítico, liderazgo y toma de decisiones, así como las actitudes y valores necesarios para enfrentar las exigencias del dinámico, globalizado y altamente competitivo mundo actual de los negocios.

De una manera general, aprender a manejar la complejidad que implica el proceso de creación, innovación y sostenibilidad, a partir de las oportunidades de negocio que se conciben. Asimismo, brindar los conocimientos de la Gestión Gerencial en los campos macroeconómicos, de mercados, financieros, planeamiento estratégico y control gerencial, aplicables a la gestión de una empresa u organización.

3. Objetivos específicos

- ✓ Aprender a gestionar los recursos de la empresa para crear valor para la sociedad.
- ✓ Aprender los aspectos fundamentales del mercado empresarial costarricense y los mercados globales, usando como ejemplo el análisis macroeconómico del Estado de la Nación.
- ✓ Evaluar indicadores económicos, como una forma de reconocer el entorno empresarial.
- ✓ Estudiar la situación actual de las PYMES, en el ámbito nacional y regional, como soporte para la aplicación de herramientas gerenciales que permitan el desarrollo de un proyecto innovador.
- ✓ Integrar y dar sentido al esfuerzo de la organización, reconociendo las necesidades de los clientes y generando beneficios para la empresa.
- ✓ Adquirir conocimientos para desarrollar un pensamiento flexible orientado a la innovación y el cambio.
- ✓ Aplicar el planeamiento y visión gerencial, para la formulación de planes estratégicos empresariales, por medio del desarrollo de un proyecto de emprendimiento.
- ✓ Desarrollar fundamentos del marketing y su evolución en la economía de la información.
- ✓ Aplicar conceptos de la administración financiera de una empresa, interpretando claramente estados financieros y los principales indicadores financieros.
- ✓ Generar habilidades para el control y dirección empresarial, necesarios para liderar una empresa pequeña o mediana, a desarrollar como un proyecto de innovación.

4. Contenido del Curso

Eje temático 1:

Análisis del entorno Macroeconomía y Microeconomía de Costa Rica: Una perspectiva macro y microeconómica y social del sector productivo nacional y de su recurso humano.

- Factores productivos.
- La “crisis de la teoría económica”.
- Aspectos básicos sobre el comportamiento humano en la economía.
- Ramas de la economía.
- La función empresarial.
- El juego de intereses de los actores de la economía.
- Diferencia entre capital y dinero.
- Los cuatro vectores empresariales.
- Modelos para analizar el entorno económico.
- Tasa de crecimiento económico.
- Ciclo económico.
- Producción.
- La inflación.
- Desempleo.
- Déficit público y papel del estado.
- Déficit exterior y la competencia del país.
- Tasas de interés.
- Modelo flujo circular de la renta.
- Agregados macroeconómicos.
- Componentes de la identidad macroeconómica básica.
- Determinantes de las exportaciones y de las importaciones (demanda y oferta de divisas).
- Las funciones del dinero.
- Cómo se calcula el tipo de interés y cómo se relaciona con la riqueza y el mercado de activos.
- Política monetaria expansiva y política monetaria contractiva.
- Modelo de competencia perfecta.
- Modelo de monopolio.
- Componentes por el lado de la demanda.

Eje temático 2: Gestión empresarial

- Estrategia océano azul – océano rojo (Lectura).
- Libro Cisne negro (Lectura).
- ¿Qué es una estrategia y por qué es tan importante?
- Proyectar la dirección de una compañía: visión y misión, objetivos y estrategia.
- Evaluación del ambiente externo de una Compañía.
- Evaluar los recursos, capacidades y competitividad de una empresa.
- Las cinco estrategias competitivas genéricas ¿cuál emplear?
- Fortalecer la posición competitiva de una empresa Acciones, momento oportuno y alcance estratégicos de las operaciones.
- Estrategias para competir en los mercados internacionales.
- Estrategia corporativa, la diversificación y la empresa con múltiples negocios
- Ética, responsabilidad social corporativa, sustentabilidad ambiental y estrategia
- Crear una organización capaz de ejecutar bien una estrategia Gente, capacidades y estructura.
- Administración de operaciones internas Acciones que promueven la buena ejecución de las estrategias.
- Cultura corporativa y liderazgo. Claves para una buena ejecución de estrategias.

Eje temático 3: La gerencia financiera y su papel en la estrategia empresarial

- Conocimiento e interpretación de los estados financieros de la empresa.
- Diagnóstico financiero básico.
- Razones financieras para medir el desempeño de una empresa.
- Métodos de costeo (costos directos e indirectos, costos fijos y costos variable, costeo ABC).

Eje temático 4: El Marketing estratégico

- Mezcla de mercado.
- Cadena de valor y Branding.
- E-Comerse.
- Ciclo de vida de un producto.
- Neuromarketing y Merchandising.
- La segmentación de mercados.
- Inteligencia de mercados.
- Plan de mercadeo.

Eje temático 5: Desarrollo Humano profesional

- Libro padre rico padre pobre (Lectura).
- Libro Liderazgo La PARADOJA (Lectura).
- Libro Mentor 101 John_C_Maxwell (Lectura).
- Libro Seis Sombreros para pensar (Lectura).
- Liderazgo y trabajo en equipo.
- Cultura organizacional.
- Inteligencia emocional.
- Actitudes y valores profesionales.

5. Metodología

Se desarrollan los diferentes temas a través de exposiciones, análisis de casos y trabajos prácticos, los cuales serán presentados tanto por el profesor como por los estudiantes, de acuerdo con los grupos formados y a la asignación de trabajos de campo o investigación, que se realice al inicio.

Virtualidad

Para el segundo semestre del 2022, el curso será al menos 75% virtual, por lo cual utilizaremos la herramienta institucional de la Universidad de Costa Rica Mediación Virtual, donde se subirán los documentos, presentaciones, links de visualización de vídeos y otros instrumentos educativos que complementen el aprendizaje, todo esto relacionado con las distintas dinámicas y actividades del curso.

Se va contar con dos modalidades para impartir el curso, una es asincrónica para todas las actividades como tareas, presentaciones y foros, la otra es la modalidad sincrónica para las clases virtuales a través de la plataforma Zoom cuyo link de acceso se compartirá con suficiente anticipación a través de la plataforma de mediación virtual para que el estudiante pueda preparar su espacio físico y tecnológico de conectividad para observar e interactuar en la clase.

Pruebas cortas

Se realizarán pruebas cortas de manera individual con base en los aspectos teóricos de los ejes temáticos 1, Análisis del entorno Macroeconomía y Microeconomía de Costa Rica y eje temático 3 sobre La gerencia financiera y su papel en la estrategia empresarial.

Presentación en equipo sobre Teoría Administración Estratégica

Se estudiará el libro de Teoría Administración Estratégica decimoctava edición de Arthur A. Thompson y Margaret A. Peteraf, en este caso se asignarán capítulos a equipos de estudiantes para realizar una presentación resumen de cada capítulo.

Las presentaciones deberán exponerse en formato pptx y realizar un resumen para los compañeros en pdf. Cada equipo contará con 15 min para su exposición. La presentación y resumen debe ser enviada al profesor el día antes de la exposición. Si el trabajo no es entregado puntualmente se rebajará de la nota un 2% y si el resumen no es entregado a tiempo de igual manera se rebajará un 2%.

Formato del nombre del archivo pptx, será con el siguiente formato: Expo_EquipoN°?_Cap#?,#? Y #?.

Formato del nombre del archivo RESUMEN, será con el siguiente formato: Resm_EquipoN°?_Cap#?,#? Y #?.

Ensayos de lecturas

Los estudiantes realizarán de forma individual un ensayo sobre las siguientes lecturas con un rango de 3 a 6 páginas en letra arial 12 a espacio simple, si el libro contiene capítulos el ensayo debe estar seccionado por capítulos, debe contener una portada con el nombre del estudiante

Formato del nombre del archivo será con el siguiente formato: Nombre(sin apellidos)_Carne_Libro.

- Estrategia océano azul – océano rojo (Lectura) y Libro Cisne negro (Lectura)
- Libro padre rico padre pobre
- Libro Mentor 101 John C Maxwell
- Libro Liderazgo La PARADOJA
- Libro Seis Sombreros para pensar (Lectura)

Desarrollo de un plan estratégico de Marketing y venta.

Los estudiantes complementan el contenido del curso, con un proyecto de desarrollo en equipo de un plan de marketing estratégico para un producto que comercializará una empresa desde la concepción de la estrategia de gestión empresarial, análisis de entorno estrategias mercadeo para el producto desarrollado, proponiendo una estrategia de comercialización y venta para el producto a desarrollar. Para lo cual en equipo los estudiantes deberán escoger un producto o servicio para desarrollar.

Formato del nombre del archivo será con el siguiente formato: Plan_EquipoN°?_Nombre(producto o Servicio).

6. Evaluación

a. Rúbrica general

<i>Descripción</i>	<i>Porcentaje</i>
Pruebas cortas	15%
Presentaciones Teoría administración estratégica	20%
Ensayos de lecturas	25%
Proyecto de Marketing	40%
TOTAL	100%

b. Presentación en equipo sobre Teoría Administración Estratégica

<i>Descripción</i>	<i>Porcentaje</i>
Profundidad en el tema	10%
Presentación profesional en pptx (diseño, transiciones, infografías y recursos visuales)	3%
Dominio del tema en la presentación	5%
Calidad del resumen	2%
TOTAL	20%

c. Ensayos de lecturas de libros (5 ensayos)

<i>Descripción</i>	<i>Porcentaje</i>
Calidad del análisis del contenido	3%
Originalidad	1%
Cumplimiento de formato y extensión	1%
TOTAL	5% c/u 25%

d. Proyecto de Marketing y venta.

<i>Descripción</i>	<i>Porcentaje</i>
Trabajo escrito con todas sus partes	20%
Presentación profesional en pptx (diseño, transiciones, infografías del producto, campaña de mercadeo (e-comerce, página web y recursos visuales)	15%
Dominio del tema en la presentación	5%
TOTAL	40%

Consideraciones sobre la evaluación

1. El estudiante que pierda por no asistir a un examen corto, parcial o cualquier forma de evaluación se le adjudicará un uno (1.0) de nota. Salvo casos de fuerza mayor debidamente comprobados, se repetirá la prueba.
2. La nota mínima de aprobación del curso será de 70 en la escala de 1 - 100.
3. Se aplicarán pruebas cortas.
4. Reclamos: en el plazo que estipula la normativa.
5. Se agradecerán críticas y comentarios, directamente con el profesor.

7. Bibliografía obligatoria

1. Arthur A. Thompson, Margaret A. Peteraf, John E. Gamble and A. J. Strickland III. **Administración Estratégica**. 18^{oct} Ed, Editorial McGRAW-HILL S.A, México, 2012.
2. Nassim N. **Cisne Negro; El impacto de lo Altamente Improbable**, 3^{era} Ed, Editorial Paidós Ibérica S.A, Barcelona, 2008.
3. James C. **La paradoja; un relato sobre la verdadera esencia del liderazgo**, 4^{ta} Ed, Editorial Urano, 1999.
4. Edward D. **Seis sombreros para pensar**. 1^{era} Ed. Editorial ediciones Juan Granica S.A, Buenos Aires, Argentina. 1988.
5. JOHN C. **Mentor 101**. 1^{era} Ed. Editorial Thomas Nelson, Inc, Tennessee, Estados Unidos de América, 2008.
6. Robert T. Sharon L. **Padre Rico Padre Pobre**. 1^{era} Ed. Editorial Santillana Ediciones Generales S.A. México, 2004.

Bibliografía Complementaria

1. Ferrell, O. C. y Michael D. Hartline. **Estrategia de marketing**, 5^{ta} Ed, Editorial Cengage Learning Editores, S.A. México, 2012.

8. Cronograma

SEMANA		TEMAS Y ACTIVIDADES
1	16-19 agosto	Introducción, conformación de equipos y lectura del Programa
2	22-26 agosto	Eje temático 1: Análisis del entorno Macroeconomía y Microeconomía de Costa Rica
3	29-02 setiembre	Eje temático 1: Análisis del entorno Macroeconomía y Microeconomía de Costa Rica
4	05-09 setiembre	Eje temático 2: Gestión empresarial Foro de estudio de los ensayos: <ul style="list-style-type: none"> • Estrategia océano azul – océano rojo (Lectura) • Libro Cisne negro (Lectura)
5	12-16 setiembre	Eje temático 2: Gestión empresarial GRUPO 1 Capítulo 1 ¿Qué es una estrategia y por qué es tan importante? Capítulo 2 Proyectar la dirección de una compañía: visión, misión, objetivos y estrategia Capítulo 3 Evaluación del ambiente externo de una compañía
6	19-23 setiembre	Eje temático 2: Gestión empresarial GRUPO 2 Capítulo 4 Evaluar los recursos, capacidades y competitividad de una empresa Capítulo 5 Las cinco estrategias competitivas genéricas ¿cuál emplear? Capítulo 6 Fortalecer la posición competitiva de una empresa: Acciones, momento oportuno y alcance estratégicos de las operaciones
7	26-30 setiembre	Eje temático 2: Gestión empresarial GRUPO 3 Capítulo 7 Estrategias para competir en los mercados internacionales Capítulo 8 Estrategia corporativa, la diversificación y la empresa con múltiples negocios Capítulo 9 Ética, responsabilidad social corporativa, sustentabilidad ambiental y estrategia

8	03-07 octubre	<p>Eje temático 2: Gestión empresarial</p> <p>GRUPO 4</p> <p>Capítulo 10 Crear una organización capaz de ejecutar bien una estrategia gente, capacidades y estructura</p> <p>Capítulo 11 Administración de operaciones internas: Acciones que promueven la buena ejecución de las estrategias</p> <p>Capítulo 12 Cultura corporativa y liderazgo, Claves de una buena ejecución de estrategias</p>
9	10-14 octubre	Eje temático 3: La gerencia financiera y su papel en la estrategia empresarial
10	17-21 octubre	Eje temático 3: La gerencia financiera y su papel en la estrategia empresarial
11	24-28 octubre	<p>Eje temático 4:</p> <p>GRUPO 5</p> <ul style="list-style-type: none"> • E-Comerse • Neuromarketing y Merchandising • Branding
12	31-04 noviembre	Eje temático 4: El Marketing estratégico, Proyecto plan de mercadeo
13	07-11 noviembre	Eje temático 4: El Marketing estratégico, Proyecto plan de mercadeo
14	14-18 noviembre	<p>Eje temático 5: Desarrollo Humano profesional</p> <ul style="list-style-type: none"> • Libro padre rico padre pobre • Libro Mentor 101 John C. Maxwell
15	21-25 noviembre	<p>Eje temático 5: Desarrollo Humano profesional</p> <ul style="list-style-type: none"> • Libro Liderazgo La PARADOJA • Libro Seis Sombreros para pensar (Lectura)
16	28-02 diciembre	Presentación y Entrega del proyecto de plan de mercadeo y venta.
17	05-09 diciembre	Entrega de exámenes y Notas