

PRONTUARIO

TÍTULO:	Gerencia estratégica
CODIFICACIÓN:	ADM 480
PREREQUISITO:	Tomar durante el último año de estudios.
CRÉDITOS:	3 créditos 45 horas contacto 1 término

DESCRIPCIÓN

Estudio de los temas más relevantes de la organización haciendo énfasis en las nuevas tendencias organizacionales y prácticas gerenciales.

El curso se desarrollará mediante conferencias, principalmente, a través de la discusión del tema por parte del estudiante así como su participación activa. El estudiante integrará los aspectos técnicos discutidos en el curso a los proyectos que serán desarrollados en las organizaciones de la comunidad de acuerdo a la modalidad de aprendizaje mediante servicio.

El estudiante dispondrá del 34% de las horas contacto del curso para realizar actividades relacionadas con el proyecto. La cantidad de horas total que requiere el proyecto variará de acuerdo a la naturaleza y complejidad de las actividades a realizar.

JUSTIFICACIÓN

La organización opera en un ambiente cuya naturaleza es de gran complejidad. Ello ha provocado que las organizaciones evalúen las características idóneas que deberá tener su recurso humano. El pensamiento crítico y científico, la capacidad de comunicación y el desarrollo de una conciencia social les permitirá asumir posiciones enmarcadas en una visión global y época de la organización.

El seminario de cuarto año les facilitará la integración del conocimiento adquirido a través de los cursos de las diferentes disciplinas empresariales para ayudarles en la toma de decisiones gerenciales que requieren una visión macro del funcionamiento organizacional.

COMPETENCIAS

El curso desarrolla en el o la estudiante las siguientes competencias:

Competencias transversales:

- Comunicación oral

- Trabajo en equipo
- Investigación

OBJETIVOS

Al finalizar el curso el o la estudiante será capaz de:

1. Discutir la importancia de tópicos contemporáneos en el mundo empresarial.
2. Comprender las nuevas tendencias gerenciales.
3. Analizar situaciones reales mediante la integración de los conocimientos adquiridos a través de los cursos de su programa de estudio y destrezas en diferentes contextos organizacionales en la comunidad.
4. Desarrollar una visión integrada a la actividad empresarial conforme a los principios que rigen el código de ética y el ejercicio de un comportamiento socialmente responsable.
5. Promover la comunicación efectiva tanto oral como escrita en el ejercicio de su profesión.
6. Reconocer la importancia del trabajo en equipo como herramienta vital en el logro de las metas establecidas.
7. Aplicar las herramientas de investigación en la búsqueda de soluciones de problemas de acuerdo a necesidades identificadas en la o las organizaciones de la comunidad.

CONTENIDO

- I. Marco social en el que opera las organizaciones
 - A. Códigos de ética profesional
 - B. Responsabilidad social
 1. Como individuo
 2. Como miembro de la organización
- II. Metodología de la investigación
 - A. Redacción de una propuesta de investigación
 - B. Selección de las técnicas de investigación
 - C. Uso de la tecnología en el proceso investigativo
 1. SPSS
 2. Recursos audiovisuales utilizados en presentaciones orales
 3. Internet
 4. Power Point y otros recursos tecnológicos
 5. Técnicas de comunicación efectiva utilizadas en las presentaciones orales.
- III. Aplicación de temas especiales de integración empresarial presentados por conferenciantes invitados

- A. Planificación estratégica
- B. El proceso de globalización
- C. Los programas de calidad integral
- D. La reducción en los niveles jerárquicos
- E. Reingeniería (“Reengineering”)
- F. La resistencia al cambio
- G. Gerencia del desempeño
- H. Otros

METODOLOGIA

Se recomiendan las siguientes estrategias de la metodología de aprendizaje activo:

Lecturas y proyectos especiales, entrevistas y visita a la comunidad al igual que el estudio y análisis de casos. Se trabajará en talleres de equipo para la presentación oral y escrita de un proyecto de investigación. Desarrollo de porfolio.

ACTIVIDADES ESPECÍFICAS

1. Diseño de investigación
2. Identificación de necesidades
3. Análisis de información mediante la utilización de herramientas estadísticas
4. Desarrollo de instrumentos de medición
5. Diseño y realización de presentación
6. Rediseño del proceso
7. Redacción de propuesta de servicios profesionales
8. Diseño y realización de adiestramiento de información mediante la utilización de herramientas estadísticas
9. Apoyo en el desarrollo de la planificación estratégica de la organización
10. Análisis de los sistemas de información de la organización

EVALUACIÓN

Proyecto Vinculación Comunitaria		60%
Informe escrito	20%	
Informe Oral	20%	
Participación	20%	
Portafolio		40%
Reseña	15%	
Diario reflexivo	15%	
Reflexión integrada	10%	
Total		100%

AVALÚO DEL APRENDIZAJE

Se aplica la rúbrica de avalúo institucional a la actividad central del curso.

BIBLIOGRAFÍA

Burn & Bush (2013). **Basic Marketing Research**, 7th Edition. Prentice Hall

Cooper, Donald R. & Schindler, Pamela S. (2013). **Business Research Methods**, 12th Edition. McGraw Hill

Cooper, Donald R. & Schindler, Pamela S. (2006). **Marketing Research**, 1st Edition. McGraw Hill

Esterberg, Kristin G. (2002). **Qualitative Methods in Social Research**, 1st Edition. McGraw Hill

Denscombe, Martyn (2010). **The Good Research Guide: For Small Scale Research Projects**, 4th Edition. McGraw Hill

Fisher (2007). **Researching & Writing a Dissertation: a Guidebook for Business Student**, 2nd Edition. Prentice Hall

Mintzberg, Lampel, Quinn & Ghoshal (2013). **Strategy Process**, 5th Edition. Prentice Hall/Pearson

Molinari, James (2006). **Marketing Research Project Manual**, 1st Edition. McGraw Hill

Oliver, Paul (2003). **The Student's Guide to Research Ethics**. 1st Edition. McGraw Hill

Pittenberg, David (2003). **Behavioral Research Design & Analysis**, 1st Edition. McGraw Hill

Saunders & Lewis (2015). **Research Methods for Business Students**, 7th Edition. Prentice Hall/Pearson

Shank (2005). **Qualitative Research**, 2nd Edition. Prentice Hall

ENLACES CIBERNÉTICOS

- <http://www.business.com/>
- <http://www.corporateinformation.com/>
- <http://www.casro.org/>
- <http://www.hoovers.com/free>
- <http://www.knowthis.com/>
- <http://www.marketing-bulletin.massey.ac.nz/>
- <http://www.marketingpower.com/>
- <http://www.marketingsource.com/>

- <http://www.marketresearch.org.uk/>
- <http://www.mra-net.org/>
- <http://www.opinionresearch.com/>

Puede encontrar más recursos de información relacionados a los temas del curso en la página de la biblioteca <http://biblioteca.sagrado.edu/>

ACOMODO RAZONABLE

Para obtener información detallada del proceso y la documentación requerida, debe visitar la oficina correspondiente. Para garantizar igualdad de condiciones, en cumplimiento de la Ley ADA (1990) y el Acta de Rehabilitación (1973), según enmendada, todo estudiante que necesite servicios de acomodo razonable o asistencia especial deberá completar el proceso establecido por la Vicepresidencia de Asuntos Académicos.

INTEGRIDAD ACADÉMICA

Esta política aplica a todo estudiante matriculado en la Universidad del Sagrado Corazón para tomar cursos con o sin crédito académico. Una falta de integridad académica es todo acto u omisión que no demuestre la honestidad, transparencia y responsabilidad que debe caracterizar toda actividad académica. Todo estudiante que falte a la política de honradez, fraude y plagio se expone a las siguientes sanciones: recibirá nota de cero en la evaluación y/o repetición del trabajo en el seminario, nota de F(*) en el seminario: suspensión o expulsión según se establece en el documento de Política de Integridad Académica con fecha de efectividad de noviembre 2022.

Derechos reservados | Sagrado | Noviembre, 2022