

**PROGRAMAS DE ASIGNATURA
 ADMINISTRACIÓN**

Misión Facultad de Economía y Negocios

“Contribuir al desarrollo económico y social a través de la generación y difusión de conocimiento avanzado y la formación de profesionales de excelencia en el campo de la administración y la economía, que se distingan por su capacidad emprendedora, mentalidad global, actitud innovadora y que sean capaces de transformarse en protagonistas en la generación de valor e impacto en las organizaciones.”

A. Antecedentes Generales

1. Unidad Académica	FACULTAD DE ECONOMÍA Y NEGOCIOS					
2. Carrera	INGENIERÍA COMERCIAL					
3. Código del ramo	ECA114					
4. Ubicación en la malla	I año, I semestre					
5. Créditos	10					
6. Tipo de asignatura	Obligatorio	X	Electivo		Optativo	
7. Duración	Bimestral		Semestral	X	Anual	
8. Módulos semanales	Clases Teóricas	2	Clases Prácticas	0	Ayudantía	1
9. Horas académicas	Clases	68	Ayudantía		34	
10. Pre-requisito	No tiene					

Perfil de Egreso del Ingeniero Comercial de la Universidad del Desarrollo

“El Ingeniero Comercial de la Universidad del Desarrollo es un profesional formado en el campo de la administración, capaz de comprender la evolución de la economía nacional y mundial, y capaz de realizar en forma exitosa funciones de gestión y creación de negocios. Se caracteriza por su capacidad emprendedora, liderazgo y trabajo en equipo, comprometido con el desarrollo del país, actuando con rectitud en su quehacer académico y profesional, y preparado para enfrentar el mundo del trabajo”

B. Aporte al Perfil de Egreso

La asignatura busca que el alumno se aproxime a su objeto de estudio que es la empresa y entienda que se trata de una organización compleja que interactúa con el medio socio político cultural y económico de un país, y que debe ser bien conducida para contribuir a su desarrollo.

El curso tiene por objetivo que el alumno logre comprender el rol del Administrador.

Esta asignatura pertenece al ciclo de “Bachillerato” y al área de Administración.

El curso se relaciona directamente con su especialidad profesional (Administración) al brindar una formación sólida en los elementos de Planificación, Organización, Dirección y Control, imprescindible para completar la formación de todo futuro Ingeniero Comercial.

Asimismo, es un curso teórico-práctico en el que el egresado pueda diferenciarse del resto de los profesionales del área mediante la formulación de juicios críticos sobre la realidad de la Administración de Empresas.

El aporte al perfil de egreso se traduce en que esta asignatura inicia el desarrollo de las Competencias Genéricas: “Emprendimiento y Liderazgo”, “Ética”, “Responsabilidad Pública” y “Eficiencia”.

C. Objetivo de Aprendizaje General de la asignatura

Comprender y aplicar los conceptos básicos de la empresa y sus áreas, su entorno y cómo se afectan mutuamente con el fin de interiorizarse en su dinámica de trabajo y dimensiones generales, estimulando sus habilidades de observación y análisis que le permita hacer propuestas de nivel inicial.

Conocer y aplicar los conceptos de las funciones de administración, identificando y analizando cada uno de ellos.

D. Unidades de Contenidos y Objetivos de Aprendizaje.

Unidades de Contenidos	Objetivos de Aprendizaje
Unidad I: La Organización <ol style="list-style-type: none"> 1. Organización social. 2. Finalidad. 3. Satisfacción de los stakeholders. 4. Roles y habilidades gerenciales. 5. Tipos de Organizaciones 	Conocer la empresa indicando que está constituida por personas y que tiene un objetivo claro, que debe tener relación con la satisfacción equilibrada de sus propietarios, trabajadores, clientes, proveedores y sociedad. Entender los roles y habilidades requeridas de los distintos tipos de Gerentes.
Unidad II: Áreas Funcionales. <ol style="list-style-type: none"> 1. Área Comercial (Marketing y Ventas) 2. Área de Producción y operaciones. 3. Área de Gestión de Personas 	Identificar la función del área comercial de una compañía Entender y describir los procesos productivos de empresas manufactureras, de retail y de servicios. Identificar la función del área de recursos humanos al interior de la empresa. Identificar la función del área contable financiera de la

4. Área de Finanzas (y contable) 5. Nuevas Tendencias	empresa. Entender la interacción entre las distintas áreas de una empresa como sistema y aporte a la agregación de valor. Presentar las nuevas tendencias respecto a las áreas de apoyo transversal al logro de los objetivos de la empresa.
Unidad III: Proceso de Gestión Estrategia Planificación. 1. El proceso de planificación. 2. Los tipos de planes. 3. Relación los diferentes tipos de planes. Organización. 1. Estructura de actividad y autoridad. 2. Tipos de departamentalización. 3. Centralización y descentralización. Dirección. 1. Liderazgo. 2. Motivación. Control. 1.- Procesos y sistemas de control. 2.- Determinación de indicadores.	Definir objetivos frente a problemas detectados. Definir misión y visión. Determinar estrategias corporativas y competitivas. Analizar el entorno de las empresas. Determinar programas de acción y formular los presupuestos de recursos requeridos. Entender la organización como una red de Actividad-Autoridad. Diseñar la estructura de acuerdo a mejorar los niveles de eficiencia, permitiendo la toma de decisiones en diferentes niveles de la empresa, para contribuir al logro de los objetivos y tributar a la estrategia. Analizar la dirección de personas, el tipo de liderazgo y los medios de motivación. Conducir al grupo humano hacia su objetivo, a través de la motivación y el liderazgo. Verificar la efectividad de los sistemas de control, para diseñar propuestas de mejoramiento. Relacionar planes con acción, con el fin de detectar desviaciones que sean analizadas y corregidas

E. Estrategias de Enseñanza

La metodología de enseñanza incluirá el desarrollo clases participativas, que el alumno debe reforzar con lecturas indicadas en la bibliografía del curso y artículos indicados por el profesor, junto con el desarrollo de trabajos y casos de negocio aplicados.

El estudiante analizará problemáticas reales en las empresas, donde podrá aplicar los conocimientos conceptuales adquiridos.

El curso se estructura en base a diversas metodologías, que incluye:

- 1) Clases participativas.
- 2) Lecturas de material bibliográfico y artículos indicados por el profesor.
- 3) Resolución y discusión de casos de negocios.

F. Estrategias de Evaluación

Este curso utilizará la evaluación formativa como antecedente para proporcionar retroalimentación a los estudiantes respecto a su grado de cumplimiento de los objetivos.

Los alumnos conocerán los criterios de evaluación por parte del profesor responsable de la asignatura.

Evaluaciones
Casos aplicados
Controles
Participación en Clases
Certámenes
Examen
TOTAL

Consideraciones:

Para tener derecho a **rendir Examen** el estudiante deberá cumplir con un 75% de asistencia mínima a clases y 100% a las clases en las que haya presentaciones. Y nota de presentación e informe final mayor o igual a 3.0.

Adicionalmente el alumno deberá obtener una nota superior a 3.0 en el Examen para la aprobación del curso

Requisito de asistencia: *este curso tiene como requisito que el estudiante tenga un 75% de asistencia a las clases teóricas y un 100% a las clases prácticas.*

G. Recursos de Aprendizaje

BIBLIOGRAFÍA OBLIGATORIA:

1.- Administración, Robbins Coulter, Décima Edición, Editorial Prentice Hall 2010

BIBLIOGRAFÍA COMPLEMENTARIA:

1. Ferrel O.C., Hirt Geoffrey, Ramos Garza, Leticia, Adriaensens Rodríguez, Marianela, y Flores Cardenas, Miguel Ángel. "Introducción a los negocios en un mundo cambiante", Mc Graw Hill, 7ª edición, 2010.

2.- Administración: Un Enfoque basado en Competencias, Hellriegel D., Jackson S., Slocum J., décima edición Editorial Thompson, 2005