UNIVERSIDAD DEL AZUAY

FACULTAD DE CIENCIA Y TECNOLOGÍA
ESCUELA DE INGENIERÍA EN MINAS

1. Datos generales

Materia: GERENCIA EMPRESARIAL PARA IEM (OPTATIVA)
Código: CTE0336
Paralelo:
Periodo : Marzo-2020 a Agosto-2020
Profesor: AUQUILLA TERAN CARLOS FEDERICO
Correo electrónico cauquill@uazuay.edu.ec

Docencia	Práctico	Autónomo:		Total horas
		Sistemas de tutorías	Autónomo	
2				2

Prerrequisitos:

Ninguno

2. Descripción y objetivos de la materia

Gerencia Empresarial permite al estudiante desarrollar los pasos necesarios para iniciar de manera correcta una empresa y negocio en general y especialmente en el sector minero, tanto la parte económica, de estudio de mercado, de personal y venta son pasos importantes que apoyan la gestión del ingeniero en minas. Gerencia Empresarial también brinda el conocimiento de cómo medir el mercado mediante la segmentación y como promocionar y posicionar al producto o empresa en los mercados en los que se quiere participar.

Gerencia Empresarial trata de el plan de mercadeo: la segmentación, el posicionamiento, la investigación, el análisis económico y de personal necesario para desarrollarse y crecer en la región. Elaboración y resolución de casos y un proyecto final.

Gerencia Empresarial es un muy buen soporte para la Administración Empresarial Minera y para la elaboración de la materia Proyectos Mineros. Es una gran ayuda para quienes quieren iniciar un negocio o empresa de manera práctica y real en nuestro medio.

3. Contenidos

1.	**Introducción al Plan de Negocios**
1.1.	Definiciones, ¿Para qué sirve un plan de negocios?, Aspectos formales en la presentación de un plan de negocios. Tipos de planes de negocio. (2 horas)
1.2.	Estructura de un plan de negocios. Revisión de un ejemplo de plan de negocios. Descubrimiento de la oportunidad. Elaboración de una idea de negocio. Definición del modelo de negocios. (2 horas)
2.	**Componentes de un plan de negocios**
2.1.	Análisis del entorno y la industria: Análisis del macroentorno PESTEL. Análisis del microentorno, Matriz BCG, Fuerzas competitivas de Michael Porter. Análisis interno. Diagnóstico situacional (FODA). (6 horas)
2.2.	Investigación de mercados: Introducción. Definiciones. Diseño de la Investigación: Definición del problema y de los objetivos de investigación. Definición de las fuentes de información. Definición del mercado objetivo. Segmentación de mercado. Determinación de la muestra. Diseño del cuestionario. A (8 horas)
2.3.	Plan de marketing: Introducción al Marketing, Estructura del Plan: Objetivos estratégicos. Estrategias de marketing. Planes de acción. El marketing MIX. Control del plan. (7 horas)
2.4.	Plan de operaciones: Introducción. Objetivos de operación. Actividades previas al inicio de la producción. Proceso de producción del bien o servicio. Tecnología aplicada. Plan de Compras. (1 horas)
2.5.	Plan de desarrollo organizacional y talento humano: Introducción, Estructura del Plan: Objetivos del plan. Estructura organizacional. Manual de funciones. Reclutamiento y selección de personal. Programas de inducción y capacitación. Evaluación del desempeño del personal. Compensación e incentivos. (4 horas)
2.6.	Análisis económico - financiero: Introducción. Estructura del Plan: Plan de inversiones. Financiamiento. Presupuesto de ventas y costos. Flujo de caja. Punto de equilibrio. Ratios de rentabilidad (VAN, TIR). Análisis de sensibilidad. (2 horas)

4. Sistema de Evaluación

Resultado de aprendizaje de la carrera relacionados con la materia

Resultado de aprendizaje de la materia	Evidencias
ae. Diagnostica, propone y aplica metodologías que en materia minera se acoplen con la gestión comunitaria de los recursos naturales en concordancia con la ecología.	
-Gestiona el desarrollo organizacional y el talento humano de una empresa minera.	-Evaluación escrita -Trabajos prácticos - productos
ag. Conoce y aplica técnicas de evaluación de impactos ambientales, auditorías ambientales, sistemas de gestión y eco-diseño ambiental, para desarrollar proyectos mineros amigables con la naturaleza.	

Resultado de aprendizaje de la carrera relacionados con la materia

Resultado de aprendizaje de la materia	Evidencias
-Desarrolla un plan de negocios estructurado para las empresas mineras.	-Evaluación escrita -Trabajos prácticos - productos
-Identifica las necesidades insatisfechas y planifica estudios de mercado para saber como abordarlo.	-Evaluación escrita -Trabajos prácticos - productos
-Reconoce los problemas y plantear soluciones acordes al entorno empresarial, logrando un posicionamiento diferenciado.	-Evaluación escrita -Trabajos prácticos - productos

Desglose de evaluación

Evidencia	Descripción	Contenidos sílabo a evaluar	Aporte	Calificación	Semana
Evaluación escrita	Prueba		APORTE	10	Semana: 5 (29/04/20 al 04/05/20)
Evaluación escrita	Prueba		APORTE	10	Semana: 10 (03/06/20 al 08/06/20)
Trabajos prácticos - productos	Trabajo		APORTE	10	Semana: 15 (08/07/20 al 13/07/20)
Evaluación escrita	Examen		EXAMEN	20	Semana: 17-18 (21-07-2020 al 03-08-2020)
Evaluación escrita	Examen		SUPLETORIO	20	Semana: 20 (al)

Metodología

La asignatura será impartida a través de clases expositivas, con demostraciones de temas prácticos y aplicaciones a casos particulares de la materia dictada. Se utilizará ejemplos, videos e investigaciones sobre el tema tratado.

Criterios de Evaluación

Se evaluara a través de trabajos en clase y extra-escolares, pruebas teóricas y trabajo de investigación y aplicación.

5. Referencias

Bibliografía base

Libros

Autor	Editorial	Título	Año	ISBN
Idalberto Chiavenato		Administración de recursos humanos	2011	
Philip Kotler, Kevin Lane Keller	Prentice Hall	Dirección de Marketing	2010	
Thomas Kinnear, James Taylor	McGraw - Hill	Investigación de Mercados un enfoque aplicado	2003	

Web

Software

Autor	Título	URL	Versión
Prentice Hall	Plan de Negocios		3

Bibliografía de apoyo

Libros

Web

Software

Docente

Director/Junta

Fecha aprobación: 28/02/2020

Estado: Aprobado