

	<b>FORMATO PROPUESTA DE DESARROLLO PROGRAMA DE CURSO</b>			
	<b>CODIGO:</b> FO-M-DC-05-01	<b>VERSION:</b> 2	<b>FECHA:</b> 2010-04-19	<b>PAGINA:</b> 1 de 2

<b>1. IDENTIFICACIÓN</b>				
Nombre de la Asignatura <b>INGENIERÍA DE GESTIÓN</b>			Código 72020804	Área Ingeniería aplicada
Naturaleza Teórico-práctica	No de Créditos 2	TP Trabajo Presencial 2	TD Trabajo Dirigido 2	TI Trabajo Independiente 2
Semestre Octavo	Duración 64 horas	Habilitable NO	Homologable SI	Validable NO
<b>PRE-REQUISITO:</b> No aplica al plan de estudios				
<b>2. JUSTIFICACIÓN</b>				
<p>Integrar la parte gerencial en la formación de los ingenieros se ha convertido en un aspecto muy importante dentro de los planes de estudio de los programas de ingeniería, teniendo en cuenta que es necesario fortalecer en los futuros ingenieros las capacidades empresariales y de emprendimiento, en miras de generar nuevas oportunidades de negocio desde su área disciplinar.</p> <p>Es necesario que los programas orientados a campos relacionados con la tecnología se encuentren alineados con las necesidades no solo de la región sino también globales estableciendo mecanismos que generen competitividad y desarrollo económico a partir de la consideración de las políticas nacionales de fortalecimiento y generación de empresa.</p> <p>En el caso de la Ingeniería de sistemas en el país se deben identificar cuáles son las áreas en las cuales se puede ejercer una mayor incidencia, por ejemplo: el desarrollo de soluciones en sistemas de información, generación de aplicaciones móviles, sistemas bioinspirados, inteligencia artificial, sistemas de información geográficos, muchas áreas y campos en las cuales es claro que existe una probabilidad de intervención y que pueden generar nuevas propuestas de negocio ambiciosas y con una alta probabilidad de éxito.</p>				
<b>3. COMPETENCIAS</b>				
<b>3.1 Competencias Generales</b>				
Es estudiante será capaz identificar una oportunidad de negocio a partir de la presentación de un producto inspirado en la tecnología y con base en la aplicación de una investigación de mercados que evidencie su viabilidad.				
<b>3.2 Competencias Específicas</b>				
<ul style="list-style-type: none"> <li>✓ Identifica los conceptos de innovación</li> <li>✓ Establece los criterios para evaluar una propuesta de negocio</li> <li>✓ Desarrolla una investigación de mercados a partir de un concepto o idea de negocio o producto</li> </ul>				
<b>4. OBJETIVOS</b>				
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Identificar conceptos básicos de la administración</li> <li>• Reconocer aspectos relacionados con la contabilidad básica</li> <li>• Formular y evaluar una oportunidad de negocio</li> <li>• Aplicar estrategias de Marketing Digital</li> </ul>				



## 5. CONTENIDO TEMÁTICO Y ANÁLISIS DE CRÉDITOS

### UNIDAD 1. Conceptos relacionados con la Administración

- La Administración
- Empresas -> Áreas funcionales de las empresas
- Organización: concepto, elementos, tipologías
- Procesos Administrativos
- planeación estratégica
- La Administración: Responsabilidad legal social y ética
- Concepto de autoridad y poder
- Liderazgo
- Teorías de liderazgo
- Micro y macroeconomía.
- La ciencia económica
- La economía del mercado
- Medición económica
- El dinero y el sistema bancario
- Sectores de la economía
- El desarrollo económico.

### UNIDAD 2. Formulación y evaluación de planes de empresa

- Emprendimiento
- políticas de emprendimiento en Colombia
- incubadoras de empresas
- Creatividad e innovación
- Calculo de VAN y TIR, de proyectos
- Análisis del contexto empresarial
- Análisis estructural de los entornos en que se mueven las organizaciones.
- Macroambiente.
- Ambiente regional.
- Sectores industriales.
- Marco de referencia para el análisis de la competencia.
- Análisis del concepto de competitividad empresarial.
- Formulación de proyectos innovadores
- Fomento a la innovación y al desarrollo tecnológico
- Investigación de mercados

### UNIDAD 3. Marketing digital

- Comercio electrónico
- Características del Marketing digital
- Aplicaciones del

### Análisis de Créditos

**FORMATO PROPUESTA DE DESARROLLO PROGRAMA DE CURSO**CODIGO:  
FO-M-DC-05-01VERSION:  
2FECHA:  
2010-04-19PAGINA:  
3 de 2

TEMAS	TRABAJO PRESENCIAL	TRABAJO DIRIGIDO	TRABAJO INDEPENDIENTE
Conceptos relacionados con la Administración	12	12	12
Fundamentos de contabilidad	10	10	10
Formulación y evaluación de planes de empresa	10	10	10
TOTAL DE HORAS DEL CURSO	<b>32</b>	<b>32</b>	<b>32</b>
TOTAL CRÉDITOS:	<b>2</b>		

**6. Estrategias Metodológicas****Trabajo presencial:**

Es todo aquel que realiza el estudiante con la intervención directa (física o virtual) del profesor, participando en clases magistrales, exposiciones abiertas, seminarios, talleres, laboratorios, sustentaciones, asesorías, tutorías, trabajos de campo, etc.

**Trabajo dirigido:**

La interacción con el profesor o los demás estudiantes no necesariamente es física, pudiendo realizarse de manera virtual, es decir, mediada por las Tecnologías de Información y Comunicación. En este caso el acompañamiento dirigido del profesor puede apoyarse en los distintos medios disponibles:

- Medios síncronos: salas virtuales (chats) y teleconferencias (de video o audio).
- Medios asíncronos: objetos de aprendizaje, correo electrónico, foros y noticias.

**Trabajo independiente:**

Es el esfuerzo que realiza el estudiante por cuenta propia para alcanzar las metas de aprendizaje, a través de actividades como estudio personal, realización de consultas y lecturas, preparación de trabajos y talleres, realización de talleres o laboratorios sin intervención directa del profesor, formulación de propuestas/proyectos, elaboración de informes, preparación para las distintas formas de evaluación, etc.

**7. RECURSOS**

Plataforma Moodle, salas de sistemas con conexión a Internet.

**8. EVALUACIÓN****70%**

1. ACTIVIDADES EN CLASE
2. EXPOSICIÓN.
3. INVESTIGACIÓN DE MERCADOS

**30%**

4. EXPOSICIÓN FINAL Y COMERCIAL DEL PRODUCTO



FORMATO PROPUESTA DE DESARROLLO PROGRAMA DE CURSO

CODIGO:  
FO-M-DC-05-01

VERSION:  
2

FECHA:  
2010-04-19

PAGINA:  
4 de 2

## 9. BIBLIOGRAFÍA

Chiavenato, I. Introducción a la Teoría General de la Administración, 2006. Edición tercera, Editorial MC GRAW HILL Interamericana editores SA México.

Martínez, P. J. M., Martínez, S. J., & Parra, M. M. C. (2015). Marketing digital: guía básica para digitalizar tu empresa. Retrieved from <https://ebookcentral.proquest.com>

-Fuentes Electrónicas

<http://www.supersociedades.gov.co/Paginas/default.aspx>

<http://actualicese.com/actualidad/2015/04/27/tipos-de-sociedades-y-sus-diferencias-ltda-s-a-comanditas-s-a-s-colectivas/>

[http://www.eoi.es/wiki/index.php/El\\_Plan\\_Financiero\\_y\\_el\\_An%C3%A1lisis\\_de\\_Viabilidad\\_en\\_Proyectos\\_de\\_negocio](http://www.eoi.es/wiki/index.php/El_Plan_Financiero_y_el_An%C3%A1lisis_de_Viabilidad_en_Proyectos_de_negocio)

<http://www.eumed.net/libros-gratis/2009a/505/Ciencia%20Economica.htm>

<http://www.banrepcultural.org/blaavirtual/ayudadetareas/economia/microeconomia>

<http://www.banrepcultural.org/blaavirtual/ayudadetareas/economia/macroeconomia>

[http://www.culturarecreacionydeporte.gov.co/sites/default/files/marketing\\_digitall.pdf](http://www.culturarecreacionydeporte.gov.co/sites/default/files/marketing_digitall.pdf)

<http://www.wsibestmarketingsolutions.com/wsibms/Marketing-digital.pdf>