



## FACULTAD DE ADMINISTRACION

Asignatura: **JUEGO DE NEGOCIOS**

Código: **7A0315**

### 1. DATOS GENERALES

- |                               |  |
|-------------------------------|--|
| 1.1. DEPARTAMENTO             | : Gestión Empresarial e Institucional  |
| 1.2. ESCUELA PROFESIONAL      | : Administración Privada   |
| 1.3. ESPECIALIDAD             | : Administración de Empresas   |
| 1.4. NOMBRE DE LA CARRERA     | : Licenciado en Administración con mención en<br>Administración de Empresas. |
| 1.5. CICLO DE ESTUDIOS        | : X Ciclo.   |
| 1.6. CREDITOS                 | : 03   |
| 1.7. AREA DE LA ASIGNATURA    | : Administración   |
| 1.8. CONDICION                | : Obligatoria  |
| 1.9. PRE-REQUISITOS           | : Pymes.   |
| 1.10. HORA DE CLASE SEMANAL   | : 04 horas.  |
| 1.11. HORAS DE CLASE TOTAL    | : 68 horas   |
| 1.12. PROFESORES RESPONSABLES | : Mg. G.A.D. Erika Rocío Di Natale Chávez.                                   |
| 1.13. AÑO LECTIVO ACADEMICO   | : 2008 - II  |

### 2. SUMILLA

Simulación de la operación de una empresa y su mercado. La compañía esta dedicada a la fabricación de un producto y su distribución, del cual se conocen los resultados tras 4 años de operación. Cada empresa comenzará la simulación con las mismas condiciones y competirá por conseguir una mayor participación de mercado y mayores utilidades. Los alumnos tendrán que formar equipos con los que conformarán empresas, tendrán que definir su estructura. La simulación es por periodos de tres meses, en los cuales tendrán que tomar decisiones referentes a cada uno de los módulos de producción, comercialización y finanzas. Existe un Banco que será desempeñado por el Docente, quién otorgará los créditos a un plazo determinado y con las respectivas tasas de interés. El ritmo de simulación, es decir el tiempo entre la toma de decisiones y la siguiente, se reduce conforme avanza la asignatura.

### 3. OBJETIVOS

#### OBJETIVOS GENERALES

Proporcionara el conocimiento del manejo real de una empresa dentro de un mercado competitivo, durante un año calendario. Se lograra que el alumno durante la gerencia de la empresa aprenda a tomar decisiones reales, en incertidumbre intentando lograr los mejores resultados.

### 4. APORTE DE LA ASIGNATURA AL PERFIL PROFESIONAL

Lograr que alumno pueda conocer y recordar conceptos técnicos aplicados a un plan de negocios, con el fin de que los utilice en la realización de su proyecto innovador, siendo la idea final incentivar su actitud creativa.

### 5. ORGANIZACIÓN DE LAS UNIDADES DE APRENDIZAJE

UNIDAD N°	DENOMINACION	N° DE HORAS
I	Introducción a los Negocios	08
II	Análisis Externo de la Empresa	04
III	Lineamientos Estratégicos	08
IV	Análisis Interno de la Empresa	10
<b>EXAMEN PARCIAL</b>		<b>02</b>
V	Marketing Estratégico y el Juego de Negocios MARKSTRAT	28
<b>EXAMEN FINAL, SUSTITUTORIO Y APLAZADOS</b>		<b>08</b>
<b>TOTAL HORAS</b>		<b>68</b>

## 6. PROGRAMACIÓN DE LAS UNIDADES DE APRENDIZAJE

### UNIDAD I: INTRODUCCION A LOS NEGOCIOS.

#### PRIMERA SEMANA

##### Primera Sesión

Sistema económico y el papel de los factores de producción en la Organización.

##### Objetivo Específico:

Conocer la importancia de los Negocios en este medio Globalizado y su impacto en nuestra Sociedad.

##### Bibliografía:

FERRELL.- Negocios y Economía - Mcgraw-hill (2003, 4ª edición)

**Actividad:** Formación de los Equipos de Trabajos para las Simulaciones .Apreciación Critica del tema tratado en clases.

##### Segunda Sesión

Las principales barreras que confrontan las empresas del país en su comercialización

##### Objetivo Específico:

Conocer la importancia de los Negocios en este medio Globalizado y su impacto en nuestra Sociedad.

##### Bibliografía:

FERRELL. Negocios y Economía - Mcgraw-hill (2003, 4ª edición)

**Actividad:** Formación de los Equipos de Trabajos para las Simulaciones .Apreciación Critica del tema tratado en clases.

#### SEGUNDA SEMANA

##### Primera Sesión

Conceptos de planificación, Organización, Dirección, y Control como elementos esenciales del Proceso Gerencial

##### Objetivo Específico:

Conocer los conceptos básicos de la planificación, organización dirección y control en las Organizaciones

##### Bibliografía:

CHIAVENATTO, IDALBERTO, Administración - Mcgraw-hill (2000, 3ª edición)

**Actividad:** Taller Grupal: .Apreciación Crítica del tema tratado en clases.

##### Segunda Sesión:

El Sistema financiero y cómo ha influenciado en el Mundo de los Negocios

##### Objetivo Específico:

Conocer la importancia de posicionamiento de las unidades económicas para obtener un flujo dirigido a la inversión.

##### Bibliografía:

LLORENS URRUTIA, J.L. (1992). Nuevos instrumentos financieros para la PYME. Economía Industrial

MONTERO, F. Y BARCENAS, M.L. (1996). Apoyo del Instituto de la Pequeña y Mediana Empresa (IMPI).

**Actividad:** Taller Grupal: .Apreciación Crítica del tema tratado en clases.

#### TERCERA SEMANA

### UNIDAD II: ANALISIS EXTERNO DE LA EMPRESA

##### Primera Sesión

Concepto - características e importancia del análisis Externo en la Empresa

##### Objetivo Específico:

Conocer y determinar cuáles son sus fortalezas y debilidades, con la finalidad de mantener y desarrollar una ventaja competitiva.

##### Bibliografía:

CHIAVENATTO, IDALBERTO, Administración - Mcgraw-hill (2000, 3ª edición)

##### Actividad:

Taller Grupal: .Apreciación Crítica del tema tratado en clases.

##### Segunda sesión:

La Visión de la Empresa - La Misión dependiendo el Negocio

##### Objetivo Específico:

Conocer y determinar cuáles son sus fortalezas y debilidades, con la finalidad de mantener y desarrollar una ventaja competitiva.

**Bibliografía:**

CHIAVENATTO, IDALBERTO, Administración - Mcgraw-hill (2000, 3ª edición)

**Actividad:** Taller Grupal: Apreciación Crítica del tema tratado en clases.

**CUARTA SEMANA**

**UNIDAD III: LINEAMIENTOS ESTRATEGICOS**

**Primera Sesión**

La Dirección Estratégica

**Objetivo Específico:**

Practicar y desarrollar todos los potenciales de una empresa, que le aseguren una supervivencia a largo plazo y ser beneficiosa.

**Bibliografía:**

MUÑOZ GONZALES RAFAEL, Marketing Estratégico – Ediciones 2005.

**Actividad:** Taller Grupal: Apreciación Crítica del tema tratado en clases.

**Segunda sesión:**

La Planificación Estratégica

**Objetivo Específico: .**

Practicar y desarrollar todos los potenciales de una empresa, que le aseguren una supervivencia a largo plazo y ser beneficiosa.

**Bibliografía:**

MUÑOZ GONZALES RAFAEL, Marketing Estratégico - Ediciones 2005.

**Actividad:** Taller Grupal: Apreciación Crítica del tema tratado en clases.

**QUINTA SEMANA**

**Primera Sesión**

Implementación de las Estrategias

**Objetivo Específico:**

Practicar y desarrollar todos los potenciales de una empresa, que le aseguren una supervivencia a largo plazo y ser beneficiosa.

**Bibliografía:**

MUÑOZ GONZALES RAFAEL, Marketing Estratégico - Ediciones 2005.

**Actividad:** Taller Grupal: Apreciación Crítica del tema tratado en clases.

**Segunda Sesión:**

Las Decisiones Estratégicas

**Objetivo Específico:**

Practicar y desarrollar todos los potenciales de una empresa, que le aseguren una supervivencia a largo plazo y ser beneficiosa.

**Bibliografía:**

MUÑOZ GONZALES RAFAEL, Marketing Estratégico - Ediciones 2005.

**Actividad:** Taller Grupal: Apreciación Crítica del tema tratado en clases.

**SEXTA SEMANA**

**UNIDAD IV: ANALISIS INTERNO DE LA EMPRESA**

**Primera Sesión**

Concepto - características e importancia del análisis Interno en la Empresa

**Objetivo Específico:**

Conocer y determinar cuáles son sus fortalezas y debilidades, con la finalidad de mantener y desarrollar una ventaja competitiva.

**Bibliografía:**

CHIAVENATTO, IDALBERTO, Administración - Mcgraw-hill (2000, 3ª edición)

**Actividad:** Taller Grupal: Apreciación Crítica del tema tratado en clases.

**Segunda Sesión:**

Formulación de los Objetivos - Formulación de las Alternativas Estratégicas

**Objetivo Específico:**

Conocer y determinar los objetivos estratégicos, con la finalidad de mantener y desarrollar una ventaja competitiva.

**Bibliografía:**

CHIAVENATTO, IDALBERTO, Administración - Mcgraw-hill (2000, 3ª edición)

**Actividad:** Taller Grupal: Apreciación Crítica del tema tratado en clases.

**SEPTIMA SEMANA****Primera Sesión**

La Elección de la Estrategia en las Empresa

**Objetivo Específico:**

Elegir una estrategia adecuada para obtener una ventaja competitiva para la Organización.

**Bibliografía:**

CHIAVENATTO, IDALBERTO, Administración - Mcgraw-hill (2000, 3ª edición)

**Actividad:** Taller Grupal: Apreciación Crítica del tema tratado en clases.

**Segunda Sesión:**

**Taller Grupal:** Exposición del Trabajo en Equipo “Formando Empresa”

**Objetivo Específico:**

Lograr que alumno pueda conocer y recordar conceptos técnicos aplicados a un plan de negocios, con el fin de que los utilice en la realización de su proyecto innovador, siendo la idea final incentivar su actitud creativa.

**Bibliografía:**

CHIAVENATTO, IDALBERTO, Administración - Mcgraw-hill (2000, 3ª edición)

**Actividad:** Taller Grupal: Apreciación Crítica del tema tratado en clases.

**OCTAVA SEMANA****Primera Sesión**

Los Clientes - Proveedores - Agentes Reguladores Legales entre otros.

**Objetivo Específico:**

Conocer su rol e importancia de estos dentro de la Empresa

**Bibliografía:**

CHIAVENATTO, IDALBERTO, Administración - Mcgraw-hill (2000, 3ª edición)

**Actividad:** Taller Grupal: Apreciación Crítica del tema tratado en clases.

**Segunda sesión:****EXAMEN PARCIAL****NOVENA SEMANA****UNIDAD V: MARKETING ESTRATEGICO Y EL JUEGO DE NEGOCIOS (MARKSTRAT)****Primera Sesión**

¿Qué es y que comprende el marketing estratégico? El planeamiento del marketing. Introducción al mundo Markstrat. Ciclo de vida de los productos.

**Objetivo Específico:**

Determinar en que consiste el Plan de Marketing, su estructura y finalidad.

**Bibliografía:**

MUÑOZ GONZALES RAFAEL, Marketing Estratégico - Ediciones 2005.

**Actividad:** Taller Grupal: Apreciación Crítica del tema tratado en clases.

**Segunda Sesión:**

Segmentación del mercado. Mezcla de marketing y la fuerza de ventas. Introducción al mundo Markstrat.

**Objetivo Específico:**

Definir el mercado objetivo, saber a quien esta dirigido el producto o servicio es el paso más importante en el análisis de la empresa.

**Bibliografía:**

MUÑOZ GONZALES RAFAEL, Marketing Estratégico - Ediciones 2005.

**Actividad:** Taller Grupal: Apreciación Crítica del tema tratado en clases.

## **DECIMA SEMANA**

### **Primera Sesión**

Investigación e información de mercados. Encuestas, paneles. Pirámide de jerarquía de los efectos. Pronósticos de ventas.

#### **Objetivo Específico:**

Definir el mercado objetivo, saber a quien esta dirigido el producto o servicio es el paso más importante en el análisis de la empresa.

#### **Bibliografía:**

MUÑOZ GONZALES RAFAEL, Marketing Estratégico - Ediciones 2005.

**Actividad:** Taller Grupal: Apreciación Crítica del tema tratado en clases

### **Segunda Sesión:**

Mapas preceptuales. Escalas semánticas. Experimentos sobre fuerzas de ventas y publicidad. Análisis de fuerzas. Primera decisión.

#### **Objetivo Específico:**

Definir la fuerza de Ventas y la publicidad en el mercado meta.

#### **Bibliografía:**

MUÑOZ GONZALES RAFAEL, Marketing Estratégico - Ediciones 2005.

**Actividad:** Taller Grupal: Apreciación Crítica del tema tratado en clases

## **DECIMA PRIMERA SEMANA**

### **Primera Sesión**

Posicionamiento de marcas. Presupuesto publicitario. Portafolios.

#### **Objetivo Específico:**

Conocer las estrategias de los posicionamientos de la marca.

#### **Bibliografía:**

MUÑOZ GONZALES RAFAEL, Marketing Estratégico - Ediciones 2005.

**Actividad:** Taller Grupal: Apreciación Crítica del tema tratado en clases

### **Segunda Sesión**

Desarrollo de productos, penetración de mercados, desarrollo de mercados. Segunda, tercera decisión.

#### **Objetivo Específico:**

Buscar diferenciación de productos alternativos en los mercados meta.

#### **Bibliografía:**

MUÑOZ GONZALES RAFAEL, Marketing Estratégico - Ediciones 2005.

**Actividad:** Taller Grupal: Apreciación Crítica del tema tratado en clases

## **DECIMA SEGUNDA SEMANA**

### **Primera Sesión**

Estrategias: Especialización, Diversificación multisegmento, Extensión, Innovación,

#### **Objetivo Específico:**

Implementar estrategias de diversificación de productos alternativos.

#### **Bibliografía:**

MUÑOZ GONZALES RAFAEL, Marketing Estratégico - Ediciones 2005.

**Actividad:** Taller Grupal: Apreciación Crítica del tema tratado en clases

### **Segunda Sesión:**

Taller Grupal “Analizando Operaciones y Simulaciones para la viabilidad de la Empresa”

#### **Objetivo Específico:**

Analizar y practicar a través de simulaciones la sostenibilidad de los proyectos de inversión

#### **Bibliografía:**

MUÑOZ GONZALES RAFAEL, Marketing Estratégico - Ediciones 2005.

**Actividad:** Taller Grupal: Apreciación Crítica del tema tratado en clases

#### **DECIMA TERCERA SEMANA**

##### **Primera Sesión**

Taller Grupal “Analizando Operaciones y Simulaciones para la viabilidad de la Empresa”

##### **Objetivo Específico:**

Analizar y practicar a través de simulaciones la sostenibilidad de los proyectos de inversión

##### **Bibliografía:**

MUÑOZ GONZALES RAFAEL, Marketing Estratégico - Ediciones 2005.

**Actividad:** Taller Grupal: Apreciación Crítica del tema tratado en clases

##### **Segunda Sesión:**

Taller Grupal “Analizando Operaciones y Simulaciones para la viabilidad de la Empresa”

##### **Objetivo Específico:**

Analizar y practicar a través de simulaciones la sostenibilidad de los proyectos de inversión

##### **Bibliografía:**

MUÑOZ GONZALES RAFAEL, Marketing Estratégico - Ediciones 2005.

**Actividad:** Taller Grupal: Apreciación Crítica del tema tratado en clases

#### **DECIMA CUARTA SEMANA**

##### **Primera Sesión**

Presentación, Exposición, y Calificación de Proyecto “Creando Empresa en mi País”

##### **Objetivo Específico:**

Que el alumno pueda conocer y recordar conceptos técnicos aplicados a un plan de negocios, con el fin de que los utilice en la realización de su proyecto innovador, siendo la idea final incentivar su actitud creativa.

**Actividad:** Exposición Grupal

##### **Segunda Sesión:**

Presentación, Exposición, y Calificación de Proyecto “Creando Empresa en mi País”

##### **Objetivo Específico:**

Que el alumno pueda conocer y recordar conceptos técnicos aplicados a un plan de negocios, con el fin de que los utilice en la realización de su proyecto innovador, siendo la idea final incentivar su actitud creativa

**Actividad:** Exposición Grupal

#### **DECIMA QUINTA SEMANA**

##### **Primera Sesión**

Presentación, Exposición, y Calificación de Proyecto “Creando Empresa en mi País”

##### **Objetivo Específico:**

Que el alumno pueda conocer y recordar conceptos técnicos aplicados a un plan de negocios, con el fin de que los utilice en la realización de su proyecto innovador, siendo la idea final incentivar su actitud creativa.

**Actividad:** Exposición Grupal

##### **Segunda Sesión:**

Presentación, Exposición, y Calificación de Proyecto “Creando Empresa en mi País”

##### **Objetivo Específico:**

Que el alumno pueda conocer y recordar conceptos técnicos aplicados a un plan de negocios, con el fin de que los utilice en la realización de su proyecto innovador, siendo la idea final incentivar su actitud creativa

**Actividad:** Exposición Grupal

#### **DECIMA SEXTA SEMANA**

##### **Primera Sesión**

**EXAMEN FINAL**

##### **Segunda Sesión:**

**EXAMEN SUSTITUTORIO**

**DECIMA SEPTIMA SEMANA**  
**Primera Sesión**  
**EXAMEN DE APLAZADOS**

**Segunda sesión:**  
**ENTREGA DE ACTAS**

**7. ESTRATEGIAS METODOLOGICAS**

**7.1. Métodos**

El desarrollo de la asignatura es de carácter formativo profesional, y se aplicará:

La exposición – diálogo participativo para motivar a los estudiantes al intercambio de información sobre los temas tratados.

Forma grupal desarrollarán el análisis de los casos prácticos peruanos para ser expuesta y debatida en clase.

**7.2. Técnicas**

Exposiciones

Diálogo

Debate a través de Dinámica de grupos

Asignación de lecturas, informes, trabajo monográfico de investigación

**7.3. Medios Didácticos**

**EQUIPOS**

Retroproyector de Transparencias, computadora con multimedia, data display, VHS

Monitor de TV, Ecran

**MATERIALES**

Separatas, lecturas seleccionadas, transparencias, videos empresariales, diapositivas

**8. EVALUACIÓN**

**8.1. Técnicas :**Dinámica de grupo, competencias

**8.2. Instrumentos:** pápelo grafos, retroproyector, video grabadora, proyector de multimedia.

**8.3. Criterios:** prácticas calificadas individuales y grupales, intervenciones y exámenes.

La evaluación será permanente e integral.

**8.4. Aspectos:** Teórico - Práctico

**El promedio final se obtendrá:**

Promedio de exámenes (PE)

Promedio de prácticas ( otros criterios ) (PP)

$$PF = \frac{PE + PP}{2}$$

**9. BIBLIOGRAFIA**

- FERRELL.- Negocios y Economía - Mcgraw-hill (2003, 4ª edición)
- LLORENS URRUTIA, J.L. (1992). Nuevos instrumentos financieros para la PYME. Economía Industrial
- MONTERO, F. Y BARCENAS, M.L. (1996). Apoyo del Instituto de la Pequeña y Mediana Empresa (IMPI).
- CHIAVENATTO, IDALBERTO, Administración - Mcgraw-hill (2000, 3ª edición)
- MUÑOZ GONZALES RAFAEL, Marketing Estratégico - Ediciones 2005.