



Universidad Nacional  
**Federico Villarreal**

**FACULTAD DE ADMINISTRACIÓN**

*“Año del Diálogo y la Reconciliación Nacional”*

## **SÍLABO**



**ASIGNATURA: POLITICA DE EMPRESA**

**CÓDIGO: 7A0335**

### **I. DATOS GENERALES**

1.1	Departamento Académico	:	Gestión Empresarial
1.2	Escuela Profesional	:	Administración Privada
1.3	Carrera Profesional	:	Administración de Empresas
1.4	Ciclo de estudios	:	VI
1.5	Créditos	:	03
1.6	Duración	:	17 semanas
1.7	Horas semanales	:	04
	1.7.1 Horas de teoría	:	02
	1.7.2 Horas de práctica	:	02
1.8	Plan de estudios	:	2010
1.9	Inicio de clases	:	20 de Agosto del 2018
1.10	Finalización de clases	:	15 de Diciembre del 2018
1.11	Requisito	:	Derecho Financiero y Tributario
1.12	Docentes	:	Lic. Adm. Raquel Moreno Sánchez
1.13	Semestre Académico	:	2018-II

## **II. SUMILLA**

Definición. Establecimiento de políticas, Planeamiento del producto, Sistemas de promociones, Políticas de precio, Servicios al cliente, Políticas de marcas.  
Estrategias para el logro de objetivos. Estrategias específicas de mercado meta. Mescla de mercadotecnia, niveles de gasto de mercado

## **III. COMPETENCIA DE LA ASIGNATURA**

Los estudiantes analizan, definen y comprenden la importancia de las políticas y su relación con el entorno, asumiendo una posición reflexiva de la importancia de alcanzar una mejor dirección en la empresa hacia el logro de sus objetivos sobre la base de una serie de interrelaciones existentes con las otras áreas de la empresa. y estarán en capacidad de diseñar y desarrollar políticas coherentes,. Así mismo mediante el desarrollo de las competencias de observar, reflexionar y hacer, demostrando en todo el curso capacidad de trabajo cooperativo.

## **IV. CAPACIDADES**

**C1: Conoce y Analiza para que sirven las políticas, Visión, Objetivos y metas**

**C2: Las políticas y los sistemas de gestión, su objetivo, concepto de políticas, clasificación e importancia**

**C3: Identifica, comprende y revisa literaturas del concepto de estrategia su importancia las estrategias de crecimiento para la ventaja competitiva.**

**C4: Define y comprende el significado de las estrategias de no crecimiento y su aplicación cuando las empresas tienen problemas.**

## **V. PROGRAMACIÓN DE CONTENIDOS**

<b>UNIDAD I</b> <b>POLITICA, ESTRATEGIA Y EMPRESA: CONCEPTOS Y RELACIONES</b>
--

<b>C1: Conoce y Analiza para que sirven las políticas, Visión, Misión, Objetivos y metas</b>					
<b>SEMANA</b>	<b>CONTENIDOS CONCEPTUALES</b>	<b>CONTENIDOS PROCEDIMENTALES</b>	<b>CONTENIDOS ACTITUDINALES</b>	<b>ACTIVIDADES DE APRENDIZAJE / EVALUACIÓN</b>	<b>HORAS</b>
Semana N° 1 20-24 Agosto	Introducción al Curso. Estructura, metodología e importancia de las políticas. Para que sirven las políticas. Los Estakeholders	Analiza los criterios que definen a la organización en sus decisiones	Asiste puntualmente a las clases. Participa activamente. Valora la importancia de su formación profesional. Escucha y debate los conocimientos adquiridos. Formula y expresa nuevos conocimientos. Cumple con las tareas asignadas en los plazos previstos.	Asimilativa, la información, Aplicación, Comunicativa, Productiva, Experimental y Evaluativa	04
Semana N° 2 27-31 Agosto	La Visión, Misión, Objetivos y metas Características de las metas estratégicas.	Analiza el significado de los conceptos que guían a la organización al momento de definir las políticas.		Asimilativa, Gestión de la información, Aplicación, Comunicativa, Productiva, Experimental y Evaluativa	04
Semana N° 3 03-07 Setiembre	Análisis interno y el externo Fuerzas directas e indirectas que afectan a la empresa	Analiza el entorno cambiante en el que se desenvuelve la empresa que obliga a revisar las políticas.		Asimilativa, Gestión de la información, Aplicación, Comunicativa, Productiva, Experimental y Evaluativa	04
Semana N° 4 10-14 Setiembre	Establecer los objetivos Análisis, mejora y resultado. Política y estrategia en la empresa	Analiza los factores internos y externos para la toma de decisiones.		Asimilativa, Gestión de la información, Aplicación, Comunicativa, Productiva, Experimental y Evaluativa	04
<b>TRABAJO ACADÉMICO CORRESPONDIENTE A LA UNIDAD N° I: Análisis de casos..</b>					

<b>UNIDAD II</b>	
<b>EL MARKETING Y LA APLICACIÓN DE LAS ESTRATEGIAS EN LA EMPRESA</b>	
<b>C2: Las políticas y los sistemas de gestión, su objetivo, concepto de políticas, clasificación e importancia en el Marketing</b>	

SEMANA	CONTENIDOS CONCEPTUALES	CONTENIDOS PROCEDIMENTALES	CONTENIDOS ACTITUDINALES	ACTIVIDADES DE APRENDIZAJE / EVALUACIÓN	HORAS
Semana N° 5 17-21 Setiembre	Las políticas y los sistemas de gestión. Certificación y Homologación.	Argumenta las causas que fundamentan la importancia de haber elegido un sistema de gestión.	Asiste puntualmente a las clases. Participa activamente. Valora la importancia de su formación profesional. Escucha y debate los conocimientos adquiridos. Formula y expresa nuevos conocimientos. Cumple con las tareas asignadas en los plazos previstos.	Asimilativa, Gestión de la información, Aplicación, Comunicativa, Productiva, Experimental y Evaluativa	04
Semana N° 6 24-28 Setiembre	Concepto de políticas. Clasificación de las políticas. El Marketing y las políticas para diseñar las estrategias.	Analiza los lineamientos para cada departamento o área de la organización		Asimilativa, Gestión de la información, Aplicación, Comunicativa, Productiva, Experimental y Evaluativa	04
Semana N° 7 01-05 Octubre.	Importancia de las políticas. Lineamientos para su formulación.	Analiza la importancia de formular las políticas.		Asimilativa, Gestión de la información, Aplicación, Comunicativa, Productiva, Experimental y Evaluativa	04
Semana N° 8 08-12 Octubre	Examen Parcial Concepto de estrategia	Conoce la importancia de diseñar la estrategia para su sostenibilidad.		Asimilativa, Gestión de la información, Aplicación, Comunicativa, Productiva, Experimental y Evaluativa	04
<b>EXAMEN PARCIAL: Evaluación correspondiente a la Unidad N° I y II</b>					

<b>UNIDAD III</b>
<b>EL MARKETING MIX: ADECUACION A LA ESTRATEGIA DEL NEGOCIO</b>
<b>C3: Identifica, comprende y revisa literaturas del concepto de estrategia su importancia las estrategias de crecimiento para la ventaja competitiva.</b>

SEMANA	CONTENIDOS CONCEPTUALES	CONTENIDOS PROCEDIMENTALES	CONTENIDOS ACTITUDINALES	ACTIVIDADES DE APRENDIZAJE / EVALUACIÓN	HORAS
Semana N° 9 15-19 Octubre	El Marketing Mix: la adecuación a la estrategia del negocio La ventaja competitiva Tipos de estrategias	Desarrolla habilidades para aprovechar oportunidades del entorno y diseñar estrategias.	Asiste puntualmente a las clases. Participa activamente. Valora la importancia de su formación profesional. Escucha y debate los conocimientos adquiridos. Formula y expresa nuevos conocimientos. Cumple con las tareas asignadas en los plazos previstos.	Asimilativa, Gestión de la información, Aplicación, Comunicativa, Productiva, Experimental y Evaluativa	04
Semana N° 10 22-26 Octubre	Niveles de estrategia. Clasificación de las estrategias.	Analiza y evalúa la información sobre los sectores o actividades a desarrollar.		Asimilativa, Gestión de la información, Aplicación, Comunicativa, Productiva, Experimental y Evaluativa.	04
Semana N° 11 29 Octubre.-02 Noviembre	Estrategias de crecimiento Diversificación Integración	Analiza la clasificación de las estrategias y la diferenciación de estas en las organizaciones.		Asimilativa, Gestión de la información, Aplicación, Comunicativa, Productiva,	04
Semana N° 12 05-09 Noviembre	Estrategias de no crecimiento	Analiza la clasificación de las estrategias y la diferenciación de estas en las organizaciones.		Experimental y Evaluativa Asimilativa, Gestión de la información, Aplicación, Experimental y Evaluativa,	04

**TRABAJO ACADÉMICO CORRESPONDIENTE A LA UNIDAD N° III: Presentación de trabajo grupal**

**UNIDAD IV**

**EXPANSIÓN Y EJECUCIÓN DE LA ESTRATEGIA DE LA EMPRESA**

**C4: Define y comprende el significado de las estrategias de no crecimiento y su aplicación cuando las empresas tienen problemas.**

SEMANA	CONTENIDOS CONCEPTUALES	CONTENIDOS PROCEDIMENTALES	CONTENIDOS ACTITUDINALES	ACTIVIDADES DE APRENDIZAJE / EVALUACIÓN	HORAS
--------	-------------------------	----------------------------	--------------------------	---	-------

Semana N° 13 12-16 Noviembre	Expansión y Ejecución de las estrategias de la empresa	Analiza la clasificación de las estrategias y la diferenciación de estas en las organizaciones.	Asiste puntualmente a las clases. Participa activamente. Valora la importancia de su formación profesional. Escucha y debate los conocimientos adquiridos. Formula y expresa nuevos conocimientos. Cumple con las tareas asignadas en los plazos previstos.	Asimilativa, Gestión de la información, Aplicación, Comunicativa, Productiva, Experimental y Evaluativa	04
Semana N° 14 19-23 Noviembre	Estrategias de reflotamiento. Identificación de las estrategias de reestructuración	Analiza la clasificación de las estrategias y la diferenciación de estas en las organizaciones.		Asimilativa, Gestión de la información, Aplicación, Comunicativa, Productiva, Experimental y Evaluativa	04
Semana N° 15 26-30 Noviembre	Identificación de las estrategias de liquidación y cierre	Analiza la clasificación de las estrategias y la diferenciación de estas en las organizaciones.		Asimilativa, Gestión de la información, Aplicación, Comunicativa, Productiva, Experimental y Evaluativa	04
Semana N° 16 03-07 Diciembre	La ventaja competitiva Examen final	Establecer de manera específica las oportunidades que la empresa deberá impulsar para el logro de su misión.		Asimilativa, Gestión de la información, Aplicación, Comunicativa, Productiva, Experimental y Evaluativa	04
<b>EXAMEN FINAL: Evaluación correspondiente a la Unidad N° III y IV</b>					
Semana N° 17	<b>Sustitutorio</b>				

## VI. METODOLOGÍA

### 6.1 Estrategias centradas en el aprendizaje

Los estudiantes aplicaran las diferentes técnicas de estudio, memorización; elaboración de organizadores visuales, ensayos científicos, organizaciones grupales, mesas redondas, informes de laboratorio, lecturas y audición de libros digitales, búsqueda de información en bibliotecas digitales y físicas.

### 6.2 Estrategias centradas en la enseñanza

El docente se constituye en un auténtico mediador entre la cultura, la ciencia, los saberes académicos y las expectativas de aprendizaje de los estudiantes; por ello organiza, orienta y facilita, con iniciativa y creatividad el proceso de construcción de conocimientos de sus estudiantes, así como la formación actitudinal del futuro profesional. Para ello utiliza estrategias de enseñanza novedosas centradas en: a) Estrategias convencionales:

Lluvia de ideas, ilustraciones, clases prácticas, talleres, aprendizaje cooperativo, resolución de ejercicios y problemas; y b) Recursos visuales: organizadores visuales e infografías.

## VII. RECURSOS PARA EL APRENDIZAJE

Las nuevas tecnologías de información nos permiten una mejor comunicación entre los seres humanos y un mayor aprendizaje del mundo circundante. Para ello aplicaremos aquellos sitios web que facilitan el compartir información, la interoperabilidad, el diseño centrado en el usuario y la colaboración en la Word Wide Web. Aplicando el Web 2.0, plataformas virtuales, Google Drive, Google Classroom, Prezi, Cmap Tools y otros.

## VIII. EVALUACIÓN

- De acuerdo al **COMPENDIO DE NORMAS ACADÉMICAS** de esta Superior Casa de Estudios, en su artículo 13° señala lo siguiente: “Los exámenes y otras formas de evaluación se califican en escala vigesimal (de 1 a 20) en números enteros. La nota mínima aprobatoria es once (11). El medio punto (0.5) es a favor de estudiante”.
- Del mismo modo, en referido documento en su artículo 16°, señala: “Los exámenes escritos son calificados por los profesores responsables de la asignatura y entregados a los alumnos y las actas a la Dirección de Escuela Profesional, dentro de los plazos fijados”
- Asimismo, el artículo 36° menciona: “La asistencia de los alumnos a las clases es obligatoria, el control corresponde a los profesores de la asignatura. Si un alumno acumula el 30% de inasistencias injustificadas totales durante el dictado de una asignatura, queda inhabilitado para rendir el examen final y es desaprobado en la asignatura, sin derecho a rendir examen de aplazado, debiendo el profesor, informar oportunamente al Director de Escuela”
- La evaluación de los estudiantes, se realizará de acuerdo a los siguientes criterios:

N°	CÓDIGO	NOMBRE DE LA EVALUACIÓN	PORCENTAJE
01	EP	EXAMEN PARCIAL	30%
02	EF	EXAMEN FINAL	30%
03	TA	TRABAJOS ACADÉMICOS	40%
<b>TOTAL</b>			<b>100%</b>

La Nota Final (NF) de la asignatura se determinará en base a la siguiente manera:

$$NF = \frac{EP*30\%+EF*30\%+ TA*40\%}{100}$$

**Criterios:**

- EP = De acuerdo a la naturaleza de la asignatura.
- EF =De acuerdo a la naturaleza de la asignatura.
- TA =Los trabajos académicos serán consignadas conforme al COMPENDIO DE NORMAS ACADÉMICAS de esta Superior Casa de Estudios, según el detalle siguiente:
  - a) Prácticas Calificadas.
  - b) Seminarios calificados.
  - c) Exposiciones.
  - d) Trabajos monográficos.
  - e) Investigaciones bibliográficas.
  - f) Otros que se crea conveniente de acuerdo a la naturaleza de la asignatura.

**IX. FUENTES DE INFORMACIÓN**

**9.1 Bibliográficas:**

1. BARRETO, Wilson. "Política de Empresa". CONCYTEC. Lima, Perú. 1990. Capítulo I.



2. GLOVER, John Desmond. "Manual del Director General Ejecutivo". Editorial Martinez Roca. Barcelona, España. 1983.
3. HREBINIAK, Lawrence G. "Asegúrese de que la estrategia funcione. Como liderar la ejecución y el cambio eficaces". Editorial Norma. Bogotá, Colombia. 2007. Capítulo I y II.
4. 5. HILL, Charles. "Administración Estratégica; Un enfoque integrado". 6ta. Edición. Editorial McGraw Hill. México DF, México. 2005. Capítulo II

## 9.2 Electrónicas:

- 1.- <https://www.emprendepyme.net/que-son-las-politicas-de-una-empresa.html>
- 2.- <https://www.monografias.com/.../Ejemplo-De-Politicas-De-Una-Empresa-F3ZUFJDG2>
- 3.- <https://www.pdcahome.com/.../como-crear-la-politica-de-tu-empresa-definiciones-req>

### Criterios:

- Se utilizará las Normas APA (Última Edición) para las referencias bibliográficas y electrónicas.

.....  
**FIRMA**  
**BRAVO TORO, JORGE MOISES**  
**NOMBRE DEL DIRECTOR DE**  
**DEPARTAMENTO ACADÉMICO**

Código.....

Correo.....

.....  
**FIRMA**  
**Raquel Moreno Sánchez**  
**NOMBRE DEL DOCENTE**

Fecha de edición: 2007-01-10  
 Código: 2007-01-10  
 Correo: raquelmosa@gmail.com