



SÍLABO

ASIGNATURA: PRACTICA PREPROFESIONAL I

CÓDIGO: 101194

I. DATOS GENERALES

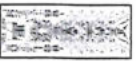
1.1. Departamento Académico	Gestión Empresarial
1.2. Escuela Profesional	Administración Privada
1.3. Programa de estudios	Marketing
1.4. Plan de estudios	2019
1.5. Ciclo de estudios	IX
1.6. Créditos	03
1.7. Requisito	Gestión de personas II
1.8. Modalidad	Presencial
1.9. Semestre académico	2023-I
1.10. Duración	16 semanas
1.11. Horas semanales	1.11.1. Horas de teoría: 0
	1.11.2. Horas de práctica: 6
1.12. Horario	Lunes 18:30 a 20:30, miércoles de 18:30 a 20:30
1.13. Inicio de clases	29 de mayo del 2023
1.14. Termina de clases	16 de septiembre del 2023
1.15 Docente coordinador	Feliciano Oncevay Espinoza - foncevay@unfv.edu.pe
1.16 Docente de la asignatura	Feliciano Oncevay Espinoza - foncevay@unfv.edu.pe

II. SUMILLA

La asignatura pertenece al área curricular de estudios de especialidad, es teórico – práctica y tiene el propósito de aplicar metodologías de diagnóstico, investigación y análisis para proponer soluciones eficaces a las empresas. Desarrolla las siguientes unidades aprendizaje: 1. Formula un diagnóstico situacional y prospectivo de una organización empresarial. 2. Efectúa un análisis integral de la gestión empresarial. 3. Describe un marco teórico aproximativo a la realidad de la empresa que desarrolla sus prácticas. 4. Desarrolla las conclusiones, recomendaciones y el informe final. La tarea académica exigida al estudiante es formular y exponer el informe de Practica Pre Profesional.

III. COMPETENCIA DE LA ASIGNATURA

- Gestiona la formulación de diagnósticos situacionales y la prospectiva de la empresa donde práctica, para un análisis integral de la gestión de la empresa, fundamentado en un marco teórico aproximativo a la realidad de la organización que desarrolla sus prácticas, y que le permita desarrollar conclusiones, recomendaciones para su informe final de las practicas, gestionando su conocimiento con pensamiento divergente y crítico, que le permita crear y aportar ideas para la solución de problemas, en diferentes contextos de la realidad. Trabaja de manera colaborativa y utiliza adecuadamente las herramientas tecnológicas emergentes, en su desempeño académico.



"Año De La Unidad, La Paz y El Desarrollo"

IV. UNIDADES DE APRENDIZAJE

UNIDAD I: FORMULA UN DIAGNÓSTICO SITUACIONAL Y PROSPECTIVO DE UNA ORGANIZACIÓN EMPRESARIAL.

Logro de aprendizaje: Experimenta el estado situacional y prospectivo del entorno vinculado con la organización empresarial donde realiza sus prácticas

SEMANA	Contenido Temático	Sesiones de Aprendizaje	Recursos	Tipo de Sesión	Evidencia de Aprendizaje
Nº01 29 de mayo-3 junio	Socialización del sílabo. Enfoque conceptual del diagnóstico situacional	Expone el sílabo y los enfoques de la práctica y sus procedimientos en la empresa. Presenta conceptos de diagnóstico situacional	Plataforma multimedia	Presencial	Prueba de entrada Sustenta los conceptos básicos del diagnóstico situacional
Nº02 5-10 junio	Estudios situacionales en la organización empresarial. Análisis FODA	Establece estudios situacionales empresariales y tipos de análisis integral	Plataforma multimedia	Presencial	Gestiona el diagnóstico situacional
Nº03 12-17 junio	Antecedentes, estado situacional y prospectiva de la empresa, o idea de negocio	Investiga estado de la situación y prospectiva de la empresa o idea de negocio.	Plataforma multimedia	Presencial	Sustenta el procedimiento del diagnóstico
Nº04 19-24 junio	Esquema de diagnóstico y prospectiva de la empresa. Esquema de plan de práctica	Define el estudio situacional y/ o el proyecto de negocio. Elabora plan de práctica	Plataforma multimedia	Presencial	Elabora el proyecto de negocio Plantea el plan de práctica



UNIDAD 2: EFECTÚA UN ANÁLISIS INTEGRAL DE LA GESTIÓN EMPRESARIAL

Logro de aprendizaje: Comprueba el análisis integral de la gestión empresarial donde realiza su práctica.

SEMANA	Contenido Temático	Sesiones de Aprendizaje	Recursos	Tipo de Sesión	Evidencia de Aprendizaje
Nº05 26 junio -1 julio	Aspectos generales de la gestión empresarial o de la idea del negocio. Análisis interno	Desarrolla el análisis integral de la gestión en la empresa. Utiliza herramientas de análisis situacional interno	Plataforma multimedia	Presencial	Identifica modelos de análisis integral en la gestión empresarial.
Nº06 3-8 julio	Descripción del producto y o servicio. Plan de marketing y de operaciones, estructura organizacional y económico financiero	Establece el procedimiento de planes de operaciones, marketing, estructura organizacional y económico financiero	Plataforma multimedia	Presencial	Identifica el proceso de la gestión empresarial.
Nº07 10- 15 julio	Investigación/ Validación del mercado	Investiga el mercado del producto o servicio de la empresa o idea de negocio.	Plataforma multimedia	Presencial	Aplica las técnicas y herramientas en las gestión empresarial o idea de negocio.
Nº08 17 -22 julio	Planteamiento de la realidad problemática y el entorno de la empresa. Presentar el avance de las prácticas	Caracteriza el problema de la empresa o el proyecto de negocio. Establece el plan de práctica	Plataforma multimedia	Presencial	Plantea el problema y Sustenta el avance del Plan de prácticas
EVALUACIÓN PARCIAL (UNIDAD Nº1 -2)					



"Año De La Unidad, La Paz y El Desarrollo"

UNIDAD 3: DESCRIBE UN MARCO TEÓRICO APROXIMATIVO A LA REALIDAD DE LA EMPRESA QUE DESARROLLA SUS PRÁCTICAS.

Logro de aprendizaje: Formula un marco teórico de la realidad de la empresa, valora y preserva el medio ambiente,

SEMANA	Contenido Temático	Sesiones de Aprendizaje	Recursos	Tipo de Sesión	Evidencia de Aprendizaje
Nº09 24 -29 julio	Enfoques teóricos empresariales de productos o servicios y de marketing	Investiga los modelos teóricos y tipos de empresa. Utiliza herramientas de marketing	Plataforma multimedia	Presencial	Identifica el marco teórico empresarial y las herramientas del marketing
Nº10 31 julio – 5 de agosto	Teoría y tipos de marketing empresarial, social, político y otros	Desarrolla los enfoques teóricos del marketing empresarial, social, político y otros	Plataforma multimedia	Presencial	Aplica los enfoques teóricos del marketing
Nº11 07 – 12 agosto	Proceso de desarrollo integral de la empresa y valoración del medio ambiente	Establece el proceso de desarrollo del producto o servicio y valora el medio ambiente.	Plataforma multimedia	Presencial	Aplica el procedimiento para el desarrollo empresarial y cuidado del medio ambiente
Nº12 14 – 19 agosto	El plan de marketing empresarial y la preservación del medio ambiente	Presenta el plan de marketing, en el marco de la protección del medio ambiente	Plataforma multimedia	Presencial	Determina el plan de marketing y la protección del medio ambiente.



UNIDAD 4: DESARROLLA LAS CONCLUSIONES, RECOMENDACIONES Y EL INFORME FINAL.

Logro de aprendizaje: Formula y expone su informe final de prácticas. Utiliza la investigación científica, para contribuir a la solución de problemas de mercadeo.

SEMANA	Contenido Temático	Sesiones de Aprendizaje	Recursos	Tipo de Sesión	Evidencia de Aprendizaje
Nº13 21 – 26 agosto	Implementación de la propuesta de producto o servicios	Define el procedimiento de implementación de la propuesta de producto o servicio	Plataforma multimedia	Presencial	Elabora la propuesta para la implementación del producto o servicio.
Nº14 28 agosto 2 septiembre	El desarrollo de las conclusiones y recomendaciones	Utiliza la metodología de la investigación para formular conclusiones y recomendaciones	Plataforma multimedia	Presencial	Desarrolla el procedimiento para elaborar conclusiones y recomendaciones
Nº15 4 – 9 septiembre	Formulación y elaboración del informe final de prácticas profesionales	Identifica las actividades para la elaboración del Informe Final.	Plataforma multimedia	Presencial	Elabora el Informe Final de la practica preprofesional
Nº16 11 – 16 septiembre	Exposición de informe final	Identifica el procedimiento para la sustentación del Informe Final de practica	Plataforma multimedia	Presencial	Expone el Informe Final, las conclusiones y recomendaciones de la práctica
EVALUACIÓN FINAL (UNIDAD Nº3 -4)					



V. METODOLOGÍA

5.1 Estrategias centradas en el aprendizaje

Los estudiantes aplicaran las diferentes técnicas de estudio, 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.

5.2 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.

5.3 Línea de investigación según Programa de Estudios

- Gestión empresarial e inclusión social
- Herramientas informáticas para una gestión eficiente y transparente

5.4 Acciones vinculadas al Aprendizaje en Servicio-AeS (RSU)

Durante el proceso de ejecución de la experiencia curricular, se puede considerar el Aprendizaje en Servicio, propuesta educativa que combina procesos de aprendizaje y de servicio a la comunidad en un solo proyecto articulado en el que los estudiantes se forman al trabajar sobre necesidades reales del entorno con la finalidad de mejorarlo.

VI. EVALUACIÓN

- De acuerdo con el Compendio de Normas Académicas de esta Casa Superior 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 del estudiante”.
- Del mismo modo, el 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 con los siguientes criterios:



Nº	CÓDIGO	NOMBRE DE LA EVALUACIÓN	PORCENTAJE
01	EP	EVALUACIÓN PARCIAL	30%
02	EF	EVALUACIÓN FINAL	30%
03	TA	TRABAJOS ACADÉMICOS	40%
TOTAL			100%

La Nota Final (NF) de la asignatura se determinará de acuerdo con la siguiente manera:

$$NF = EP * 30 \% + EF * 30 \% + TA * 40 \%$$

VII. FUENTES DE INFORMACIÓN

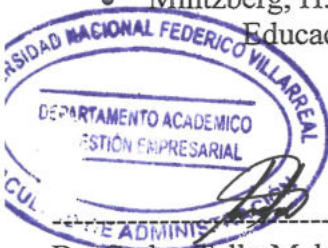
7.1 Básica

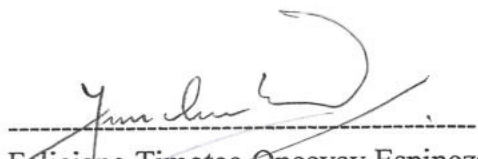
- Andrade, S. (2013). Planeación estratégica. Lima, Biblioteca Nacional del Perú.
- Híjar, G. (2014). Planeación estratégica la visión prospectiva. México, Limusa
- Rodríguez, J. (2017). Cómo aplicar la planeación estratégica a la pequeña y mediana empresa. México, Cengage.
- Munch, L. (2017). Planeación estratégica guía para elaborar planes estratégicos y planes de negocio exitoso. México, Trillas.
- Chiavenato, I. Planeación estratégica, fundamentos y aplicaciones. México, McGraw Hill Education.
- Peng, M. (2015) Estrategia global. México, Cengage Learning Editores.
- Gimbert, X. (2017). Pensar estratégicamente: modelos, conceptos y reflexiones. Barcelona Centro Libros PAPP
- Indacochea, A. (2016). Estrategia para el éxito de los negocios la prospectiva empresarial: más allá del planeamiento estratégico. México Cengage Learning..
- Huamán, L. y Ríos, F. (2015). Metodologías para implantar la estrategia: diseño organizacional de la empresa. Bogotá, Ediciones de la U..
- Stutely, R. (2015). Cómo elaborar un plan de negocios: una estrategia para la planeación inteligente de ejecutivos y hombres de negocios. México, Trillas.
- García, Julia. (2015). Las alianzas estratégicas hacia un modelo de gestión. España, Editorial Aranzadi.

7.2 Complementaria

- Mintzberg, H. (2010). *El proceso Estratégico. Concepto, Contexto y Casos*. México. Pearson Educación. <http://books.google>.

Lima, 29 de mayo 2023


Dr. Carlos Tello Malpartida
Director del Departamento Académico
Código: 86304
Correo electrónico: ctello@unfv.edu.pe


Feliciano Timoteo Oncevay Espinoza
Docente
Código: 80417
Correo electrónico: foncevay@unfv.edu.pe