

PLANIFICACIÓN DE CURSO
Segundo Semestre Académico 2023

I. ACTIVIDAD CURRICULAR Y CARGA HORARIA

Asignatura: Administración de Empresas	Código: AGR3202
Semestre de la Carrera: VI	
Carrera: Ingeniería Agronómica	
Escuela: Ciencias Agroalimentarias, Animales y Ambientales	
Docente(s): Jozsef Harmat Rivas	
Ayudante(s): Por confirmar	
Horario: Jueves 9:00 a 10:20; 10:30 a 11:50	

Créditos SCT:	4
Carga horaria semestral ¹ :	120 horas
Carga horaria semanal:	6,7 horas

Tiempo de trabajo sincrónico semanal:	3 horas
Tiempo de trabajo asincrónico semanal:	3,7 horas

II. RESULTADOS U OBJETIVOS DE APRENDIZAJE ESPERADOS ESTE SEMESTRE

1)	Conoce e identifica los aspectos fundamentales del proceso administrativo, para su desempeño laboral en la gestión administrativa, productiva y comercial de empresas silvoagropecuarias.
2)	Aplica herramientas administrativas para la solución de casos reales de administración de empresas.
3)	Aplica herramientas de gestión administrativa para la construcción de un plan de negocios a través de un modelo CANVAS, para una empresa silvoagropecuaria.

¹ Considere que 1 crédito SCT equivale a 30 horas de trabajo total (presencial/sincrónico y autónomo/asincrónico) en el semestre.

III. UNIDADES, CONTENIDOS Y ACTIVIDADES

UNIDAD 1: De la organización a la empresa silvoagropecuaria				
Semana	Contenidos	Actividades de enseñanza y aprendizaje		Actividades de evaluación diagnóstica, formativa y/o sumativa
		Tiempo sincrónico	Tiempo asincrónico (trabajo autónomo del o la estudiante)	
1 (17/Ago.)	<p>Presentación, condiciones del curso, aprendizajes esperados y conformación de grupos en el Plan de Negocios para una Empresa Silvoagropecuaria.</p> <p>Definición de proyectos preliminares.</p> <p>1. Definición de ciencia administrativa.</p> <ul style="list-style-type: none"> ● Definiciones. Administración, ciencia o técnica. Administración-Sociedad-Medio Ambiente, Responsabilidad Social y Ética. ● Tipos de Empresas, Empresas agroecológicas. ● Estructura típica de una empresa. ● Escuelas administrativas, aspectos generales de Teorías Administrativas. 	1,5 h	2 h	
1 (17/Ago.)	<ul style="list-style-type: none"> ● Estrategia empresarial <ul style="list-style-type: none"> ○ Visión, Misión, Objetivos Estratégicos, Planes de acción. ○ Problemáticas por solucionar y/o Necesidades a satisfacer. ○ Creación de valor para el cliente. Modelos de creación de valor. ○ Elementos del proceso Administrativo. Análisis FODA, Análisis de la cadena de valor. Análisis Porter, Análisis del ambiente externo de la empresa. 	1,5 h	1,7 h	
2 (24/Ago.)	<p>2. Principios de la administración o etapas del proceso de administración.</p> <ul style="list-style-type: none"> ● Planeación, Organización, Integración de personal, Dirección y liderazgo, Evaluación y control. 	1,5 h	2 h	

	<p>3. Áreas funcionales de la empresa típica.</p> <ul style="list-style-type: none"> • (Recursos Humanos, Finanzas y Contabilidad, Producción, Abastecimiento, Marketing y Ventas, Sistemas). • Logística: Concepto y Relevancia de la Logística en empresas Silvoagropecuarias. 			
<p>2 (24/Ago.)</p>	<p>4. Concepto de Empresa u Organización.</p> <ul style="list-style-type: none"> • Perspectiva histórica del concepto de empresa u organización. <p>5. Clasificación de Empresas.</p> <ul style="list-style-type: none"> • Por industria o rubro, tamaño, objetivos, importadoras, exportadoras, intermediarias, otras. 	1,5 h	1,7 h	

UNIDAD 2: La empresa: El proceso de gestión en la empresa silvoagropecuaria				
Semana	Contenidos	Actividades de enseñanza y aprendizaje		Actividades de evaluación diagnóstica, formativa y/o sumativa
		Tiempo sincrónico	Tiempo asincrónico (trabajo autónomo del o la estudiante)	
3 (31/Ago.)	1. Planeación <ul style="list-style-type: none"> ● Concepto ● Principios de la planeación ● Etapas de la planeación 	1,5 h	2 h	
3 (31/Ago.)	<ul style="list-style-type: none"> ● Herramientas de la planeación: Carta Gantt cualitativa y cuantitativa ● Tipos de planes: política, programa, proyecto, procedimientos, presupuesto, otros. ● Planeación en empresas silvoagropecuarias. 	1,5 h	1,7 h	
4 (7/Sep.)	2. Organización <ul style="list-style-type: none"> ● Concepto ● Organización formal e informal ● Herramientas de organización: organigrama, manual de organización de procedimientos, manual de descripción de cargos 	1,5 h	2 h	
4 (7/Sep.)	<ul style="list-style-type: none"> ● Estructura de cargos: funcional, lineal, mixta ● Centralización – descentralización ● Organización en empresas silvoagropecuarias. 	1,5 h	1,7 h	

5 (14/Sep.)	<p>3. Integración de Personal</p> <ul style="list-style-type: none"> ● Concepto ● Administración y Selección de Recursos Humanos. ● Evaluación de desempeño y estrategia de desarrollo profesional 	1,5 h	2 h	
5 (14/Sep.)	<ul style="list-style-type: none"> ● Administración del Cambio mediante el desarrollo de administradores. ● Integración de Personal en empresas Silvoagropecuarias. 	1,5 h	1,7 h	

SEMANA DE RECESO				
6 (28/Sep.)	<p>4. Dirección y Liderazgo</p> <ul style="list-style-type: none"> ● Concepto ● Responsabilidad, autoridad, tipos de autoridad ● Comunicación: sentido de las comunicaciones, importancia de una buena comunicación ● Liderazgo y proceso de toma de decisiones: 	1,5 h	2 h	
6 (28/Sep.)	<ul style="list-style-type: none"> ● Bases del poder y la influencia ● Líder formal – líder informal ● Estilos de liderazgo ● Motivación ● Sistemas de motivación utilizados en las organizaciones ● Dirección en empresas silvoagropecuarias. 	1,5 h	1,7 h	
7 (5/Oct)	<ul style="list-style-type: none"> ● Evaluación sumativa 1 (30%) ● Retroalimentación de evaluación a través de video explicativo. 	1,5 h	1,7 h	Evaluación sumativa 1 (30%)
7 (5/Oct)	<p>5. Evaluación y Control</p> <ul style="list-style-type: none"> ● Concepto ● Etapas del control administrativo ● Herramientas del control: ● Informativas y correctivas: Indicadores o KPI, Balance, estadísticas 	1,5 h	1,7 h	

	<ul style="list-style-type: none"> ● Control de calidad, auditoría, control presupuestario. ● Evaluación y Control en empresas silvoagropecuarias. 			
8 (12/Oct)	<p>6. Áreas funcionales de la empresa.</p> <ul style="list-style-type: none"> ● Recursos Humanos ● Finanzas y Contabilidad ● Producción ● Abastecimiento ● Marketing y Ventas ● Sistemas 	1,5 h	1,7 h	
8 (12/Oct)	<ul style="list-style-type: none"> ● INVITACIÓN y CHARLA: Innovación y emprendimiento en el rubro agrícola. 	1,5 h	1,7 h	

UNIDAD 3: Plan de Negocios para una empresa silvoagropecuaria				
Semana	Contenidos	Actividades de enseñanza y aprendizaje		Actividades de evaluación diagnóstica, formativa y/o sumativa
		Tiempo sincrónico	Tiempo asincrónico (trabajo autónomo del o la estudiante)	
9 (19/Oct)	<ol style="list-style-type: none"> 1. Plan de Negocios <ul style="list-style-type: none"> ● Concepto ● Tipos de planes de negocios. ● Estructura de un plan de negocios. 2. Plan de Negocios Modelo Canvas <ul style="list-style-type: none"> ● Que es ● Características. ● Plantilla de lienzo y elementos clave. 	1,5 h	2 h	
9 (19/Oct)	<ol style="list-style-type: none"> 3. Socios Clave <ul style="list-style-type: none"> ● Asociaciones clave que el negocio aprovecha o en las que confía para tener éxito. ● Recursos o valor que la empresa obtiene de las asociaciones. 4. Recursos Clave <ul style="list-style-type: none"> ● Recursos clave de los que depende o utiliza la empresa para operar y proporcionar servicios. 	1,5 h	1,7 h	
10 (26/Oct)	<ol style="list-style-type: none"> 5. Actividades Clave <ul style="list-style-type: none"> ● Resumen de actividades clave que permiten a la empresa brindar servicios y cumplir con la propuesta de valor. 	1,5 h	2 h	
10 (26/Oct)	<ol style="list-style-type: none"> 6. Propuesta de valor <ul style="list-style-type: none"> ● Propuestas de valor que diferencian a la empresa de la competencia. 	1,5 h	1,7 h	

11 (2/Nov)	<p>7. Relaciones con los clientes</p> <ul style="list-style-type: none"> Definición y descripción de las relaciones principales con clientes, incluida la forma en que interactúa, cómo estas interacciones difieren entre los diferentes tipos de clientes, cuáles son las diferentes necesidades de los clientes y el nivel de soporte que reciben los diferentes clientes. 	1,5 h	2 h	
11 (2/Nov)	Informe Avance Intermedio Plan de Negocio CANVAS (5%). Retroalimentación de Proyectos.	1,5 h	1,7 h	Informe Intermedio CANVAS (5%)
12 (9/Nov)	<p>8. Canales de Distribución</p> <p>Cómo se llega a los clientes, cómo se brindan los servicios, los diferentes canales de distribución y cómo se entrega la propuesta de valor.</p>	1,5 h	2 h	
12 (9/Nov)	<p>9. Segmentos de mercado</p> <ul style="list-style-type: none"> Personas y perfil de los clientes que la propuesta de valor pretende beneficiar. Descripción de las diferencias clave entre los segmentos y los posibles pasos en el recorrido del cliente. 			
13 (16/Nov)	<p>10. Estructura de costos</p> <ul style="list-style-type: none"> Identificación de los costos principales asociados con la operación del negocio y la prestación de servicios. Detalle de la relación entre costos y otras funciones comerciales. 	1,5 h	2 h	
13 (16/Nov)	<p>11. Fuentes de Ingreso</p> <ul style="list-style-type: none"> Cómo el negocio genera ingresos a través de la entrega de la propuesta de valor. 	1,5 h	1,7 h	
14 (23/Nov)	<ul style="list-style-type: none"> Evaluación sumativa 2 (35%) 	1,5 h	1,7 h	Evaluación sumativa 2 (35%)
14 (23/Nov)	Retroalimentación de evaluación a través de video explicativo.	1,5 h	1,7 h	
15 (30/Nov)	Sesión Ejercitación y Retroalimentación exposiciones y examen.	1,5 h	2 h	

15 (30/Nov)	Exposición de Planes de negocio CANVAS individuales o grupales. (20%)	1,5 h	2 h	Evaluación sumativa Grupal (20%)
16 (7/Dic)	Exposición de Planes de negocio CANVAS individuales o grupales. (20%)	1,5 h	2 h	Evaluación sumativa Grupal (20%)
16 (7/Dic)	Exposición de Planes de negocio CANVAS individuales o grupales. (20%)	1,5 h	2 h	Evaluación sumativa Grupal (20%)
17 (14/Dic)	Toma de Examen Final (30%)	1,5 h	2 h	EXAMEN (30%)
17 (14/Dic)	Revisión de Pauta, comentarios y entrega resultados.	1,5 h	2 h	

I. CONDICIONES Y POLÍTICAS DE EVALUACIÓN

1. PROCEDIMIENTO Y PONDERACIÓN

- 1.1. Pruebas Escritas 2 (30%, 35% ponderación cada una)
- 1.2. Plan de Negocio con CANVAS (5% Avance intermedio + 20% Presentación Final)
- 1.3. Evaluación de 3 o más Controles y/o Casos (10%)
- 1.3. Examen 30%
- 1.4. Cálculo de Nota Final: [(Pruebas Escritas + Avances + Plan de Negocios) x 0,7] + [Examen x 0,3]

2. REQUISITOS DE APROBACIÓN

- 2.1. Nota mínima 4.0
- 2.2. Aproximación a 1 decimal
- 2.3. Centésimas de Aproximación inferiores al dígito 5 no afectarán a la décima. Las centésimas iguales o superiores al dígito 5, se aproximarán a la décima superior.

3. CRITERIOS DE EXIMICIÓN

- 3.1. Nota final igual o superior a 5.0
- 3.2. Sin nota menor a 4.0 en el promedio de los instrumentos de evaluación (incluye pruebas escritas y proyecto)

4. ASISTENCIA

- 4.1. Obligatoria mayor o igual a 70% de asistencia.
- 4.2. Las inasistencias injustificadas a una evaluación tendrán nota mínima 1,0. Por lo tanto, no son recuperables.
- 4.3. En caso de inasistencia justificada a una evaluación, se reemplazará con la nota del examen.

5. METODOLOGÍAS:

- 5.1. Clases expositivas
- 5.2. Análisis de casos y controles
- 5.3. Medición instantánea de entendimiento
- 5.4. Diseño práctico de un plan de marketing con construcción de página web.

II. BIBLIOGRAFÍA Y RECURSOS OBLIGATORIOS

1. KOONTZ, H. 2007. Elementos de Administración. Editorial McGraw Hill.

III. BIBLIOGRAFÍA Y RECURSOS COMPLEMENTARIOS

- LERDON, J. 2002. Contabilidad y finanzas para la gestión. In: Desarrollo de contenidos consensuados por las universidades chilenas en gestión agropecuaria. Fundación Chile. Ministerio de Agricultura.
- Administración, una perspectiva global. Koontz H y Weirich.
- Borello, Antonio. El plan de negocios, McGraw – Hill, Mexico 2000.
- Anzola Rojas, Sérvulo. De la idea a tu empresa. Ed. McGraw Hill, 2003
- BALLOU, 2004. Logística: Administración de la Cadena de Suministro. 5ª Ed. Pearson-Prentice Hall.
- KOTLER, P. 2001. Dirección de Marketing. Editorial Prentice Hall