



Curso

ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS

1. DATOS GENERALES

Programa	:	Grupo de Estudios-Cursos Gratis.
Curso	:	Administración de Empresas
Escuela	:	Negocios
Duración	:	6 meses / 24 clases / 48 Horas académicas
Profesor	:	Claudio Santiago
Modalidad	:	Presencial
Donación	:	s/35 cada mes



(tu donación permite que el programa social cubra sus gastos básicos como luz, agua, internet y local. De esta manera seguir existiendo y ayudar a más personas) *El Donativo incluye tu carné de control de asistencia.

2. PRESENTACIÓN

La empresa y su entorno requieren un entendimiento que proporcione los hallazgos de investigación suficientes para la puesta en marcha de una idea de negocio.

La estrategia a usar para determinado mercado y el conocimiento de los agentes macro y micro económicos brindarán los conocimientos para asegurar la rentabilidad y el correcto funcionamiento en el ciclo de vida de una empresa.

3. LOGRO DEL CURSO

El estudiante a lo largo de los 6 meses de duración del curso, desarrollará criterios de liderazgo en la formación, dinámicas de trabajo en equipo, aprenderá al uso adecuado de las herramientas de investigación de mercado (ANÁLISIS PESTEL, 5 FUERZAS DE PORTER, DIAGRAMA DE GANTT, ETC), comprenderá la metodología de las ciencias cuantitativas que ayudan a la sostenibilidad de una empresa (estadística descriptiva, finanzas, costos y presupuestos) , elaboración y construcción del perfil de puesto (recursos humanos), Estrategia comercial y desarrollo de productos/servicios, estudio del comportamiento del consumidor.(COMUNICACIÓN COMERCIAL, MARKETING Y PUBLICIDAD)

4. METODOLOGÍA DE LA ENSEÑANZA

El curso está diseñado para que los participantes logren integrar sus experiencias laborales con los marcos teóricos y consecuentemente mejoren sus prácticas administrativas. Trabajos grupales e individuales que buscan corroborar lo aprendido en clase, exposiciones donde se construirá la formación del liderazgo. (las clases están estructuradas de forma independiente, esto a fin que el estudiante observe temas puntuales en cada clase.)

5. CONTENIDO

CRONOGRAMA DE ACTIVIDADES		
SEMANA	TEMA	DETALLE DE LA CLASE
1	LIDERAZGO-CAPITAL HUMANO-ÉTICA PROFESIONAL.	Desarrollo personal, eficiencia y eficacia, perfil de puesto, evaluación del desempeño, Moral y ética.
2	5 FUERZAS DE PORTER	Factores en la investigación de mercado, análisis del entorno empresarial.
3	ANÁLISIS PESTEL	Análisis del sector, factores externos, caso empresarial.
4	PROYECTO	Dirección estratégica, sinergia, Plan de Negocios.
5	VISIÓN/MISIÓN/ANÁLISIS F.O.D.A.	Sueño y Razón de ser de la empresa, Fortalezas, Debilidades, Oportunidades, Amenazas, estudio interno y externo de la empresa.
6	MATRIZ DE EVALUACIÓN DE FACTORES (EFE/EFI)	Herramienta para la elaboración estratégica, cuantificación de las variables cualitativas.
7	CANALES DE DISTRIBUCIÓN	Logística, puntos de venta, estrategia de PUSH y PULL.
8	DESARROLLO DE PRODUCTOS	Investigación de la demanda, Factores clave, prueba de concepto, la creatividad.
9	VENTAJA COMPETITIVA	Sostenibilidad, ventaja comparativa y competitiva , diagrama de procesos



10	OUTSOURCING/JOINT VENTURE	Alianzas estratégicas, tercerización.
11	PUBLICIDAD DIGITAL	Evolución del mercado, imagen y proporciones.
12	MICROECONOMÍA / MACROECONOMÍA	PBI, tipo de cambio, monopolios, oferta, demanda, precios.
13	CAMPAÑA DIGITAL	Nombre de campaña, eslogan, fuentes y recursos digitales, elaboración de imagen publicitaria.
14	ENFOQUE PUBLICITARIO	Publicidad y Marketing, Productos y conflictos, dinámicas de producto.
15	PROYECCIÓN DE VENTAS	Desarrollo e históricos de venta, producción y conversión de ventas, método promedio.
16	RATIOS FINANCIEROS	Indicadores de rentabilidad, liquidez, prueba ácida.
17	CASUÍSTICA EMPRESARIAL	Pensamiento crítico, Dilema de Heinz, Caso empresarial.
18	EMPRESA / RESPONSABILIDAD SOCIAL	Impacto ambiental en las empresas, principios y Valores sociales, aporte a la comunidad, reciclaje.
19	COMPETENCIA / ESTRATEGIA	Competencia directa e indirecta, productos sustitutos, Futuros competidores, casos empresariales.
20	ESTADÍSTICA	Población, muestra, variables estadísticas, tablas de frecuencia aplicado a los negocios.
21	INDICADORES DE MEDICIÓN	Indicadores de medición: productividad, Metas comerciales, calidad de servicio.
22	GLOBALIZACIÓN	Antecedentes del capitalismo, guerra fría, Avances en la tecnología, intercambios culturales.
23	MEDIOS DIGITALES	Herramientas digitales, SEO – SEM, Proceso en la decisión de compra.
24	FUNDAMENTOS CONTABLES	Ecuación contable, estados financieros.
25	DIAGRAMA DE GANTT	Tiempo y procesos en la cadena de producción.
26	COSTOS Y PRESUPUESTOS 1	Costos y Gastos, presupuestos, mermas, insumos.
27	COSTOS Y PRESUPUESTOS 2	Construcción de la estructura de costos, Materia prima, costos indirectos de fabricación CIF, Materiales directos e indirectos, MOD manos De obra directa e indirecta en la fabricación.
28	ESTIMACIÓN DE LA DEMANDA	Proyección y elaboración de las ventas futuras, Mercado potencial y fuentes de consulta.
CURSOS COMPLEMENTARIOS: CONTABILIDAD FINANCIERA, PUBLICIDAD Y MARKETING, FACEBOOK BUSINESS, CAJERO.		

FECHA DE ACTUALIZACIÓN
FEBRERO 2020