



ESTUDIO DE CASOS

Especialista en contenido:	LIC. MSC. DIÓGENES MACIAS ROMERO	AUTORIZADO POR VICE RECTORADO ACADÉMICO
Fecha de elaboración:	JULIO 1994	
Elaborado por:	LIC. MSC. DIÓGENES MACIAS ROMERO	

(FIRMA Y SELLO)

DESCRIPCIÓN DEL PROGRAMA

El programa está constituido por cuatro unidades temáticas que nos dan una visión sobre las particularidades de las líneas de investigación que permitirán al alumno ubicarse con ejemplos y estudios de casos prácticos sobre el significado de las posibilidades de investigación en nuestra universidad.

MODALIDAD Y ESTRATEGIA DE ENSEÑANZA

De acuerdo al enfoque y práctica de la materia la docencia está enfocada a la acción participativa, lográndose con esto, que el conocimiento sistemático de las líneas de investigación promovidas por la Universidad adecuen una correcta decisión profesional.

ESTRATEGIA DE ESTUDIO

Tomando en consideración las necesidades empresariales se hace necesario, las consultas de las empresas regionales y la revisión bibliográfica que permita una mayor comprensión de los conceptos a lo largo del programa.

OBJETIVO TERMINAL DE LA ENSEÑANZA

Esta asignatura permitirá al estudiante estar en contacto con las líneas de investigación de la Universidad por medio de la Escuela de Administración, acentuando las necesidades de las empresas y su problemática actual.

UNIDAD I	OBJETIVO TERMINAL DE UNIDAD
GERENCIA CORPORATIVA	EL ALUMNO ESTARA EN CAPACIDAD DE ANALIZAR QUE ES LA GERENCIA CORPORATIVA Y SU UBICACIÓN DENTRO DEL ENTORNO EMPRESARIAL.
DURACIÓN	
4 SEMANAS	
EVALUACIÓN	
25 % TRABAJO DE APLICACIÓN	
ESTRATEGIA DE INSTRUCCIÓN	
- Exposición por el profesor. - Analizar la línea de investigación y la ubicación de su Trabajo de Grado. - Intervención de los alumnos.	
OBJETIVOS ESPECÍFICOS	
- Analizar la Gerencia Corporativa. - Interpretar la función de la Gerencia Corporativa. - Interpretar la función del Gerente Corporativo como área general en la Administración de Empresas. - Estudiar un caso específico.	
CONTENIDOS	
- La gestión gerencial y sus estrategias. - Los pronósticos sobre la Gestión Empresarial. - Desarrollo y análisis de planes financieros. - Desarrollar y organizar dentro del entorno los sistemas y métodos gerenciales. - Los controles y análisis de los resultados y métodos gerenciales. - La vitalidad y direccionalidad del Trabajo de Grado.	

UNIDAD II	OBJETIVO TERMINAL DE UNIDAD
GERENCIA DE OPERACIONES	EL ALUMNO AL TERMINAR ESTA UNIDAD, ESTARA EN CAPACIDAD DE VISUALIZAR COMO LOS PROCESOS OPERACIONALES INFLUYEN EN LA ACTIVIDAD GERENCIAL Y EN LA PRODUCCIÓN.
DURACIÓN	
4 SEMANAS	
EVALUACIÓN	
25 % TRABAJO DE APLICACIÓN	
ESTRATEGIA DE INSTRUCCIÓN	
- Exposición por el profesor. - Revisión Bibliográfica. - Intervención de los Alumnos. - Trabajos prácticos.	
OBJETIVOS ESPECÍFICOS	
- Analizar la Gerencia de Operaciones . - Evaluar la Gerencia de Operaciones y la Producción dentro de la Empresa. - Analizar los sistemas y procesos productivos. - Estudiar un caso específico.	
CONTENIDOS	
- Las Estrategias de Operaciones . - El Producto y la selección de los procesos. - Las Instalaciones. - Planificación y Control de Productos. - La Planificación agregada y los sistemas de inventarios. - Las mejoras en los sistemas continuos y sincronizados. - Las modificaciones de las Estrategias Operacionales.	

UNIDAD III	OBJETIVO TERMINAL DE UNIDAD
GERENCIA COMERCIAL	EL ALUMNO AL TERMINAR ESTA UNIDAD, ESTARA EN CAPACIDAD DE ANALIZAR Y ESTABLECER LAS ACTIVIDADES DE MERCADOTECNIA Y SU INFLUENCIA EN LA ACTIVIDAD GERENCIAL.
DURACIÓN	
4 SEMANAS	
EVALUACIÓN	
25% TRABAJO DE APLICACIÓN	
ESTRATEGIA DE INSTRUCCIÓN	
• Exposición por el profesor. • Intervención de los alumnos. • Casos prácticos. • Revisión Bibliográfica.	
OBJETIVOS ESPECÍFICOS	
1. Analizar los procesos de Planificación y Estrategias de Mercadeo. 2. Definir los sistemas de Información de Mercadotecnia para la toma de decisiones gerenciales. 3. Determinar las necesidades y conducta del consumidor. 4. Analizar los procesos de Evaluación y Control de la Mercadotecnia. 5. Estudiar casos específicos.	
CONTENIDOS	
• Las Estrategias y Procesos de Planificación en la Mercadotecnia. • Los sistemas de información de mercados. • La mercadotecnia Internacional. • La posición de la marca del Producto dentro del Mercado y las decisiones Gerenciales. • Las estrategias de Productos, precios, distribución, logística y promoción como herramientas gerenciales.	

UNIDAD IV	OBJETIVO TERMINAL DE UNIDAD
GERENCIA DE ADMINISTRACIÓN Y FINANZAS.	EL ALUMNO ANALIZARA Y DISENARA LAS POSIBILIDADES FINANCIEROS A TRAVÉS DEL PLANEAMIENTO ADMINISTRATIVO PARA LA TOMA DE DECISIONES GERENCIALES.
DURACIÓN	
4 SEMANAS	
EVALUACIÓN	
25% TRABAJO DE APLICACIÓN	
ESTRATEGIA DE INSTRUCCIÓN	
• Exposición por el profesor. • Intervención de los Alumnos. • Casos prácticos. • Revisión Bibliográfica.	
OBJETIVOS ESPECÍFICOS	
1. Evaluar la Gestión financiera y Administrativa de las Empresas. 2. Determinar y analizar los costos de Producción y Distribución, rentabilidad y márgenes de ganancia. 3. Desarrollar políticas de Adiestramiento de Personal. 4. Estudiar un caso específico.	
CONTENIDOS	
• La Gestión Financiera y el Planeamiento. • Los Costos y su Análisis Gerencial. • El análisis financiero como herramienta en la toma de decisiones gerenciales. • La Productividad, eficiencia como normas y procedimientos adecuados. • Las estrategias de productos, precios, distribución, logística y promoción como herramientas gerenciales. • Las posibilidades crediticias. • Sistemas financieros. • Los mecanismos de información contable.	

BIBLIOGRAFÍA

- MINTZBERG, G., QUINN; El proceso estratégico Prentice – Hall segunda Edición – 1.994.
- NEUNER, JOHN J.M; Contabilidad de Costos Principios, Prácticas, Edit. Utella, México 1.993.
- BACKER, MORTON, JACOBSEN LYLE RAMIREZ PADILLA, David Noel; Contabilidad de costos un Enfoque Administrativo para la toma de decisiones, Edit. Macgraw – Hill Bogota 1.992.
- JARILLO, JOSE C.; Dirección Estratégica Segunda Edición, Mc. Graw – Hill, Bogota.
- HUCHES, C.; Mercadotecnia, Planeación Estratégica, Addison Mesley 1.994.
- ROBBINS, C.; Comportamiento Organizacional, Conceptos, Controversias y Aplicaciones, sexta Edición – Prentice – Hall 1.994