



Hacia el proceso de autoevaluación y autorregulación. **"Asumiendo el reto para la excelencia profesional"**

Misión

Promover la formación humanista y profesional en el área de los negocios, con responsabilidad social, y capacidad de gestión integral, mediante la investigación, la docencia y la acción social, para generar los cambios que demanda el desarrollo del país.

Visión

Ser líderes universitarios en la formación humanista y el desarrollo profesional en la gestión integral de los negocios, para obtener las transformaciones que la sociedad globalizada necesita para el logro del bien común.

Valores

- ✓ Prudencia
- ✓ Tolerancia
- ✓ Solidaridad
- ✓ Integridad
- ✓ Perseverancia
- ✓ Alegría

PROGRAMA DE LA CATEDRA INTRODUCCIÓN A LA ADMINISTRACIÓN DE LOS NEGOCIOS. DN-0101

Información General:

Créditos: 03

Horas lectivas por semana: 03

**Correquisitos: DN-0100 Relaciones Humanas en el Contexto Empresarial
MA-0125 Matemática Elemental**

Información de la Cátedra

Profesores: Ver Anexo 1

I. Descripción del curso:

El curso promueve el contacto del estudiante con los elementos básicos del entorno globalizado de los negocios y le brinda los fundamentos en las distintas áreas tales como: administración, mercadeo, contabilidad y finanzas, sobre las cuales profundizará a través de su formación universitaria como administrador de empresas. Al final del curso, el estudiante deberá haber desarrollado a nivel básico un plan de una idea de negocios, la cual de ser seleccionada podrá participar en una Feria organizada por la Escuela de Negocios en la que participarán proyectos de la Cátedra de Introducción de Negocios y de Empresariedad e Innovación.

II. Objetivo General:

Brindar al estudiante los fundamentos teóricos y prácticos básicos, necesarios para adquirir una visión contemporánea de los temas y las tendencias de los negocios, de forma tal que contribuyan en su formación como empresario y/o administrador exitoso, en un mercado globalizado y en el marco de un ambiente ético y de responsabilidad social.



III. OBJETIVOS ESPECIFICOS

Los conocimientos y habilidades básicas que deberá adquirir el estudiante en el transcurso del curso son:

1. Analizar las distintas variables y situaciones que conforman el entorno global de los negocios y su efecto en la toma de decisiones de las empresas.
2. Conocer y desarrollar aptitudes para insertarse en el mercado laboral como un profesional moderno, con un perfil emprendedor y con valores éticos y responsable ante la sociedad.
3. Entender los fundamentos básicos del proceso administrativo, así como en materia de administración y liderazgo del recurso humano.
4. Comprender los fundamentos en materia de mercadotecnia, que le permitan desarrollar una estrategia básica de mercadeo.
5. Conocer los elementos teóricos y prácticos necesarios para entender el uso de la información financiera y contable dentro de una organización, así como los diferentes elementos básicos que intervienen en la administración de las finanzas de la empresa.
6. Desarrollar a nivel básico un plan sobre una idea de negocios, integrando todos los conocimientos adquiridos a través del curso.

IV. CONTENIDO PROGRAMÁTICO

TEMA I. El Ambiente Contemporáneo de los Negocios

- *La participación en el entorno dinámico de los negocios:* Contribución de las empresas a mejorar la calidad de vida de la sociedad. Efecto de las Tendencias sociales y tendencias demográficas en los negocios. Características de los sistemas económicos en el mundo y Tendencias de la competencia global.
Gitman y McDaniel. El Futuro de los Negocios. Capítulo 1. Páginas 22 a 40
- *La evolución de los sistemas económicos y de la competencia:* Concepto de economía y medidas básicas del desempeño económico. Participación del gobierno en la economía. Entorno microeconómico y macroeconómico de las empresas. Categorías de estructuras de mercado.
Gitman y McDaniel. El Futuro de los Negocios. Capítulo 2. Páginas 48 a 69
Nota Técnica. La participación del Estado en la Economía y en los Negocios



- *La constitución legal de las sociedades mercantiles:* Diferentes tipos de estructuras. Ventajas y desventajas de cada una. Otras figuras jurídicas utilizadas a nivel mundial. Tendencias actuales de las sociedades mercantiles.

Gitman y McDaniel. El Futuro de los Negocios. Capítulo 5. Páginas 167 a 177.

Nota Técnica. Generalidades de las Sociedades Mercantiles

Tema II El Papel del Empresario y/o el Administrador Moderno

- *El desarrollo emprendedor:* El espíritu emprendedor. Características del empresario exitoso. Pasos y retos para conformar una pequeña empresa. Ventajas y desventajas de la pequeña empresa.

Gitman y McDaniel. El Futuro de los Negocios. Capítulo 6. Páginas 188 a 213

- *La Toma de decisiones ética y la administración de la empresa socialmente responsable:* Filosofías y conceptos que dan forma a las normas éticas. El comportamiento ético y la responsabilidad social en los negocios. Tendencias de la ética y la responsabilidad social a nivel mundial.

Gitman y McDaniel. El Futuro de los Negocios. Capítulo 3. Páginas 78 a 95

Tema III Fundamentos de Mercadeo

- *El conocimiento del cliente y la formulación de una estrategia de marketing:* La estrategia de marketing. En qué consiste la mezcla de marketing. La toma de decisiones de los consumidores. Formas de segmentación de los mercados. La investigación de mercados para la toma de decisiones del marketing. Tendencias para comprender a los consumidores.

Gitman y McDaniel. El Futuro de los Negocios. Capítulo 13. Páginas 418 a 443

- *El desarrollo de los productos y la definición del precio:* Concepto y clasificación de los productos. Aspectos importantes del producto: la marca, el empaque, tipos de productos, ciclo de vida del producto y la fijación del precio. Tendencias en los productos y la fijación de precios.

Gitman y McDaniel. El Futuro de los Negocios. Capítulo 14. Páginas 452 a 479

- *La distribución de los productos de manera eficaz y eficiente:* La Distribución física de los productos. Los canales y tipos de distribución. Las ventas al mayoreo y al menudeo. La cadena de suministro. Tendencias en la distribución de los productos.

Gitman y McDaniel. El Futuro de los Negocios. Capítulo 15. Páginas 490 a 511

- *La comunicación integral y la promoción de los productos:* Las metas y elementos de la estrategia de promoción. La publicidad y los medios publicitarios. Las promociones y las ventas personales. Tendencias importantes en la promoción.

Gitman y McDaniel. El Futuro de los Negocios. Capítulo 16. Páginas 520 a 542.



Tema IV Fundamentos de Administración

- *La administración y el liderazgo:* Papel de la administración. Tipos de planeación. Responsabilidades al organizar. Estilos de liderazgos. El control de las actividades. Habilidades gerenciales para administrar con efectividad. Tendencias de la administración. Gitman y McDaniel. *El Futuro de los Negocios. Capítulo 7. Páginas 226 a 245.*
- *El diseño de estructuras organizacionales:* Pilares para el diseño de la organización. Formas de departamentalización. La Centralización y la Descentralización. Organizaciones mecanicistas y orgánicas. Personal de línea y personal de staff Tendencias en la organización de la empresa. Gitman y McDaniel. *El Futuro de los Negocios. Capítulo 8. Páginas 254 a 273.*
- *La administración del recurso humano:* Reclutamiento y la selección del personal. La capacitación, el desarrollo, la evaluación en las organizaciones. Tipos de remuneración. Las tendencias en la administración de los recursos humanos a nivel global. Gitman y McDaniel. *El Futuro de los Negocios. Capítulo 9. Páginas 282 a 309 (excepto de 303 a 306).*

Tema V Fundamentos de Contabilidad

El uso de la información financiera y contable: La información contable y los tipos de informes financieros. El papel de los Contadores Públicos y los Contadores Privados. El ciclo contable. El estado de flujos de efectivo y el análisis de razones financieras. Tendencias en el área de la contabilidad.

Gitman y McDaniel. *El Futuro de los Negocios. Capítulo 18. Páginas 588 a 613.*

Tema VI Fundamentos de Finanzas

El Punto de equilibrio: Concepto, componentes, determinación y gráfica del punto de equilibrio. *Nota Técnica "Determinación del Punto de Equilibrio".*

La administración de las finanzas de una empresa: El papel de las finanzas y el gerente de finanzas en la estrategia global de la empresa. La formulación de los planes financieros. Análisis de las principales fuentes de financiamiento. Tendencias de la administración financiera.

Gitman y McDaniel. *El Futuro de los Negocios. Capítulo 20. Páginas 654 a 675*



V- SISTEMA DE EVALUACIÓN Y CRONOGRAMA

Sistema de Evaluación:

Concepto	Contenido	Porcentaje
Primer Examen Parcial	Temas I, II, III	25%
Segundo Examen Parcial	Tema IV, V, VI	25%
Pruebas cortas	Temas I al VI	10%
Tareas y Casos	Temas I al VI	10%
Plan de Negocios	Guía Plan de Negocios	30%
TOTAL		100%

Exámenes Parciales: los exámenes son de Cátedra y se realizarán según el día y horario indicado en el cronograma del curso. Incluyen tanto teoría como práctica. Dado que únicamente son dos exámenes parciales, ningún estudiante se exime.

Examen de reposición: La no asistencia a un examen deberá justificarse conforme los requisitos establecidos en la normativa de la Universidad de Costa Rica. Dichos documentos deberán presentarse al profesor del curso y con copia al coordinador de la Cátedra, en los plazos definidos en la reglamentación. En el cronograma se estableció una única fecha en la cual se realizarán de ser necesario, los exámenes de reposición correspondientes tanto al primer como al segundo examen parcial.

Plan de Negocios: El plan de negocios se ponderará de la siguiente manera: 70% el trabajo escrito y 30% la presentación final. En la exposición deben participar todos los integrantes del grupo. Se seleccionarán dos planes de negocios por cada uno de los grupos que conforma la Cátedra, para exponer sus trabajos en una Feria de Negocios al final del semestre. Todos los estudiantes deberán participar en dicha feria (tanto los grupos seleccionados para exponer sus proyectos, como los demás estudiantes en calidad de visitantes). La nota final del Plan de Negocios de todos los estudiantes se ajustará para darle ponderación al desempeño mostrado en el transcurso de la Feria, conforme las políticas definidas para tal efecto por la Cátedra, las cuales se comunicarán oportunamente por escrito.



Cronograma:

Los temas se calendarizaron de forma tal que se le impartan oportunamente al estudiante, todos los conocimientos necesarios para el desarrollo del Plan de Negocios.

	Marzo					Abril					Mayo					Junio					Julio				
CLASES	1	2	3	4	5	6	7	8	9	X	10	11	12	13	14	15	16	S	17	X	18	19	20	21	
FECHAS	4	11	18	25	1	8	15	22	29	3	6	13	20	27	3	10	17	21	24	28	1	8	15	22	
Discusión de programa y Tema I																									
Tema I																									
Semana Santa																									
Tema II																									
Tema III																									
Taller seguimiento Plan de Negocios																									
Tema IV (Cap.7 hasta Pág. 232 y Cap. 8)																									
Primer examen Parcial																									
Tema V																									
Tema VI																									
Tema IV (Cap.7 Pág. 233 a 245 y Cap.9: excepto 303 a 306)																									
Presentación Planes de Negocios																									
Feria de Negocios																									
Retroalimentación Feria de Negocios y Práctica Segundo Examen																									
Segundo examen parcial																									
Examen de repocisión																									
Examen de ampliación																									
Entrega de promedios																									
Fecha máxima para consultas sobre el promedio final																									

Las consultas sobre el promedio final deben ser presentadas al profesor, adjuntando los documentos originales (exámenes, tareas, plan de negocios, según sea el caso). Dichas consultas serán atendidas y en caso de apelaciones deberán presentarse y tramitarse de conformidad con lo que establece la normativa de la Universidad de C.R.

VI- METODOLOGÍA Y ACTIVIDADES

El curso busca desarrollar las habilidades del estudiante y por lo tanto fomenta su participación activa, por lo que utilizarán diversos recursos didácticos de acuerdo a la dinámica de cada uno de los temas a desarrollar:

- Los conceptos básicos serán expuestos por el profesor, previa lectura por parte de los estudiantes del material incluido en la bibliografía así como de cualquier otro material complementario que



el profesor asigne previamente. El profesor incentivará la participación de los alumnos durante el desarrollo de la clase.

- El profesor podrá efectuar pruebas cortas todas las semanas. Como mínimo, se realizará una prueba corta por cada uno de los temas.
- Como parte de las tareas, semanalmente el alumno deberá presentar por escrito un comentario personal sobre una noticia o artículo de actualidad, relacionado con la materia que corresponde esa semana. Adicionalmente, se podrán proporcionar direcciones de internet para consultar temas relacionados o complementarios para el desarrollo de las tareas y trabajos asignados, así como también asignar la participación en charlas, foros o películas.
- El estudiante desarrollará en el transcurso del semestre un plan de negocios bajo la orientación del profesor. Dichos trabajos deben entregarse por escrito de acuerdo con el contenido establecido en el documento "Elaboración del Plan de Negocios" el cual será oportunamente entregado y discutido en clase. El trabajo deberá integrar todos los conceptos adquiridos durante el curso.
- A solicitud expresa del estudiante, el profesor atenderá consultas para lo cual se concertará la hora, día y lugar según acuerdo entre el estudiante y el profesor y en el marco de la normativa de la Universidad de C.R.

VII- BIBLIOGRAFÍA

1. Gitman, Larry J. y Mc Daniel, Carl. El Futuro de los Negocios. International Thomson Editores S.A., 5ª. Edición. Thomson editores, S.A. México. 2007.
2. Corrales Guevara, Gerardo, Generalidades de las Sociedades Mercantiles. Nota Técnica, U.C.R., 2008.
3. Ávalos M. Ana Lorena y Golcher G. Eleonora. La participación del Estado en la Economía y en los Negocios. U.C.R., 2008.
4. Golcher G. Eleonora y Ramírez Charlene. Determinación del Punto de Equilibrio. Nota Técnica, U.C.R., 2008.
5. Granados V. Alina y Golcher G. Eleonora. Guía de Elaboración del Plan de Negocios. Nota Técnica, U.C.R., 2008



ANEXO

Información sobre Profesores

Sede Central Rodrigo Facio:

Grupo 01: Prof. Víctor Hugo Vega Cordero

Grupo 02: Prof. Alina Granados Vega (Coordinadora)

Grupo 03: Prof. Gerardo Corrales Guevara

Grupo 04: Prof. Eleonora Golcher González

Grupo 05: Prof. Maribel Varela Fallas

Grupo 06: Prof. Ana Lorena Avalos Monge

Grupo 07: Prof. Charlene Ramírez Bustos

Grupo 08: Prof. Róger Jiménez Morales

Grupo 09: Prof. Max Solórzano Alvarado

Sedes Regionales:

Grupo 01: Sede de Guápiles: Prof. Rosa Julia Cerdas González

Grupo 01: Sede de Guanacaste: Prof. Luis Bermúdez Carrillo

Grupo 01: Sede de Limón: Prof. José Luis Días

Grupo 01: Sede de Occidente: Prof. Ana Lorena Ávalos

Grupo 01: Sede del Pacífico: Prof. Héctor Trejos Benavidez

Grupo 01: Sede de Paraíso: Prof. Marvin Sanabria Sánchez