



UNIVERSIDAD RICARDO PALMA
FACULTAD DE ARQUITECTURA Y URBANISMO
SÍLABO

GESTIÓN Y ADMINISTRACIÓN

1. DATOS ADMINISTRATIVOS

Nombre de la asignatura	:	GESTIÓN Y ADMINISTRACIÓN
Código	:	AR 0834
Carrera	:	Arquitectura
Condición	:	Obligatoria,
Tipo de asignatura	:	Teórica-práctico
Semestre	:	Octavo
Créditos	:	03
Horas de teoría	:	2
Horas de práctica	:	2
Requisito	:	Ninguno

2. SUMILLA

La asignatura es de naturaleza teórico práctica y se dicta en el octavo semestre de la Carrera de Arquitectura. Tiene por objetivo el aprendizaje del diseño y monitoreo de estrategias para la creación y administración de empresas con criterios de calidad y competitividad. Imparte conocimientos sobre las áreas de intervención profesional en la gestión pública y privada; los enfoques y herramientas para las actividades de marketing y operaciones administrativas.

3. COMPETENCIA

Al finalizar la asignatura, el estudiante es competente en aplicar el proceso administrativo en el logro de objetivos empresariales, especialmente en el sector de diseño arquitectónico, construcción y urbanismo, con criterios de calidad, competitividad, productividad, creatividad y rentabilidad.

4. CAPACIDADES

- Comprende la importancia de desarrollar un modelo mental de éxito para el logro de objetivos
- Identifica las variables que determinan el buen rendimiento de una empresa.
- Conoce los modelos de gestión de empresas y de proyectos de mayor uso en la actualidad.
- Evalúa el entorno empresarial.
- Diagnostica las fortalezas y debilidades en la organización.
- Diseña objetivos y estrategias.
- Elabora planes estratégicos y operativos.
- Determina la estructura organizacional.
- Diseña y ejecuta estrategias de liderazgo que ayuden al mejor desempeño de los trabajadores.
- Diseña el sistema de control para las operaciones de una empresa, estableciendo los mecanismos para mejora continua de los bienes o servicios.
- Comprende los mecanismos que rigen el pensamiento creativo, la innovación y disrupción en los modelos de negocio.
- Comprende la importancia de los procesos de innovación tecnológica en la mejora de los procesos productivos o de negocios, con un mejor aprovechamiento de material, tiempo y talento humano.
- Identifica las características de un servicio eficiente, así como las motivaciones del cliente y las exigencias de éste.
- Cuantifica la demanda y oferta, diseña estrategias de producto, precio, distribución y promoción, interrelacionándolas entre sí en el mix de marketing.
- Conoce los dispositivos legales y normativos que regulan la actividad empresarial en nuestro país.

- Elabora estrategias de producción tanto de bienes y servicios, incorporando técnicas y herramientas que optimicen las operaciones, incrementen la calidad de los productos y minimice los riesgos.

5. PROGRAMACIÓN DE CONTENIDOS

UNIDAD DE APRENDIZAJE N° 01. FUNCIONES TRADICIONALES DE LA ADMINISTRACIÓN y GESTIÓN DE PROYECTOS

N° de horas lectivas: 24

N° de horas no tuteladas: 08

SEMANAS: 8**UNIDAD N° 01. FUNCIONES TRADICIONALES DE LA ADMINISTRACIÓN y GESTIÓN DE PROYECTOS**

SEMANA	SESIÓN	CAPACIDAD CONCEPTUAL	CAPACIDAD PROCEDIMENTAL	ESTRATEGIAS DIDÁCTICAS	INDICADORES DE LOGRO
1ª.	1	<ul style="list-style-type: none"> • Conoce los contenidos de la asignatura. • Conoce el Modelo Mental de éxito. • Explica la teoría de la Gestión y las Funciones tradicionales de la Administración y los modelos de Gestión de Proyectos más utilizados. 	<p>Organiza su tiempo y planifica sus actividades.</p> <p>Aplica el método de cambio o mejora.</p>	Taller Pedagógico	<p>Taller 1 Identifica situaciones factibles de mejora personal y aplica el método de cambio según el modelo de éxito, con entusiasmo y convicción.</p>
2ª.	2	<ul style="list-style-type: none"> • Conoce y analiza los Indicadores de rendimiento de una empresa u organización: criterios de competitividad, calidad, creatividad, productividad y rentabilidad. • Conoce la teoría y herramientas de la Planeación. • Describe significado de la Visión, Misión, Valores, Metas, Estrategias. • Conoce el proceso de Toma de decisiones. Pensamiento Lateral. 	<p>Calcula e interpreta el valor de los Indicadores de rendimiento-competitividad, calidad, creatividad, productividad y rentabilidad - de una empresa.</p> <p>Aplica las herramientas de planeación: cronograma, presupuesto, diagrama de Gantt, Ruta crítica, PMBOK.</p> <p>Formula Visión, Misión Valores, Metas, Estrategias.</p> <p>Aplica el proceso para la toma de decisiones eficaz. y las técnicas de los 6 sombreros de Edward De Bono.</p>	<p>Aprendizaje basado en Proyectos colaborativos</p> <p>Taller Pedagógico</p>	<p>Taller 2 Aplica la técnica de los 6 sombreros, en el proceso de toma de decisiones. Caso Estudio.</p>
3ª	3	<ul style="list-style-type: none"> • Conoce la teoría del Ambiente Externo e Interno e identifica los factores que facilitan el logro de las metas y los que no. 		Aprendizaje basado en Proyectos colaborativos	<p>Taller 3 Desarrolla el FODA para una meta seleccionada, considerando información completa y consistente.</p>

		<ul style="list-style-type: none"> • Conoce la metodología FODA (SOWT). 	Formula el Diagnóstico interno y externo.	Taller Pedagógico		
4 ^a	4	<ul style="list-style-type: none"> • Conoce el significado e importancia de la Ventaja competitiva. • Conoce la formulación de la Planeación estratégica. • Conoce las herramientas para la Gestión del tiempo según PMBOK. 	<p>Diseña una ventaja competitiva para una organización.</p> <p>Elabora Planes Estratégicos</p>	<p>Aprendizaje basado en Proyectos colaborativos.</p> <p>Taller Pedagógico</p>	PRA1 Formula un Plan estratégico. Caso Estudio.	
5 ^a	5	<ul style="list-style-type: none"> • Conoce la teoría de la Organización. Estructura. Especialización del trabajo. Departamentalización 	Diseña la estructura orgánica, perfil y estructura de puestos.	<p>Aprendizaje basado en Proyectos colaborativos.</p> <p>Taller Pedagógico</p>	Taller 4 Formula una estructura organizacional. Caso Estudio.	
6 ^a	6	<ul style="list-style-type: none"> • Conoce la teoría de la Dirección. Motivación. Liderazgo. Auto liderazgo, Inteligencia Emocional • Conoce la gestión de las comunicaciones del PMBOK 	<p>Reconoce e identifica los tipos de liderazgo.</p> <p>Utiliza mecanismos de liberación del secuestro emocional.</p> <p>Planifica, Organiza los sistemas de información.</p>	<p>Aprendizaje basado en Proyectos colaborativos.</p> <p>Taller Pedagógico</p>	Taller 5 Elabora una Matriz de comunicaciones, de manera consistente y precisa. Caso Estudio.	
7 ^a	7	<ul style="list-style-type: none"> • Conoce la teoría del Control. Control Estratégico. Sistemas de control. Control de calidad. Gestión de calidad PMBOK. 	Diseña sistemas de control.	<p>Aprendizaje basado en Proyectos</p> <p>Taller Pedagógico.</p>	Taller 6 Diseña el sistema de control para el seguimiento del Proyecto de Investigación.	
8 ^a	8	SEMANA DE EXÁMENES PARCIALES				
Capacidades actitudinales		<p>Cumple con asistir puntualmente y permanece durante la sesión de aprendizaje.</p> <p>Participa activamente en clase y cumple con las tareas que le son asignadas.</p> <p>Valora los conocimientos adquiridos en cada sesión.</p> <p>Colabora solidaria y responsablemente en los trabajos de equipo.</p>				
Investigación formativa		<p>Reconoce y aplica los principios de la propiedad intelectual, al citar correctamente las fuentes de la información procesada.</p>				
Bibliografía		<p>Ivancevich, John y otros (1996). Gestión: Calidad y Competitividad. Barcelona: Irwin, pp.156-181 / 196-225 y 244-258 / 302-331/ / 436-455 / 468-493 / 530-545 / 634-655.</p> <p>García Cruz, Jorge (1995). La Empresa Dinámica: como estrategia de calidad y productividad. Lima: Centro de Investigación Sociales, Económica y Tecnológica (CINCEYT), pp. 43-52.</p>				

UNIDAD DE APRENDIZAJE N°02. MARKETING Y OPERACIONES

N° de horas lectivas: 32

N° de horas no tuteladas: **08**

SEMANAS: 8

UNIDAD N° 02. MARKETING Y OPERACIONES

SEMANA	SESIÓN	CAPACIDAD CONCEPTUAL	CAPACIDAD PROCEDIMENTAL	ESTRATEGIAS DIDÁCTICAS	INDICADORES DE LOGRO
9^a	9	<ul style="list-style-type: none"> • Conoce el impacto de las tecnologías en la estructura de los modelos de negocios disruptivos • Conoce el modelo de Negocio CANVAS • Describe el impacto de la transformación digital en las actividades humanas y empresariales. 	<p>Aplica la creatividad, la Innovación y disrupción en los modelos de negocio. Modelo Canvas.</p> <p>Evalúa mecanismos de transformación digital para la actividad arquitectónica. Smart cities. Cloud computing.</p>	<p>Método de Casos.</p> <p>Taller Pedagógico.</p>	<p>Taller 7 Aplica el Modelo Canvas para estructurar un negocio de arquitectura, considerando criterios de eficiencia, creatividad y elementos de transformación.</p>
10^a	10	<ul style="list-style-type: none"> • Conoce el Rol del Arquitecto en el sector. • Conoce e interpreta la Legislación del Sector. • Conoce los modelos de gestión del sector 	<p>Aplica la legislación del sector para la concreción de sus proyectos.</p> <p>Evalúa la efectividad de la gestión empresarial en el sector.</p>	<p>Taller Pedagógico.</p>	<p>Taller 8 Elabora Expediente para solicitar aprobación de un proyecto al Municipio, considerando criterios de orden y precisión en su formulación.</p>
11^a	11	<ul style="list-style-type: none"> • Conoce el comportamiento de la demanda y oferta, ante necesidades insatisfechas. • Conoce sobre las características de la satisfacción del cliente. • Conoce como lograr éxito empresarial sostenible. 	<p>Detecta necesidades insatisfechas del mercado e identifica oportunidades de negocios.</p> <p>Mide y evalúa los niveles de satisfacción del cliente.</p> <p>Reflexiona y aplica en sus actividades la relación cliente-proveedor, que asegura el éxito empresarial sostenible.</p>	<p>Aprendizaje basado en proyectos colaborativos.</p> <p>Taller Pedagógico.</p>	<p>Taller 9 Determinar necesidades insatisfechas en un mercado y mide satisfacción de un servicio, con criterio de calidad.</p> <p>IF1 Propone y sustenta la necesidad insatisfecha elegida y el mercado objetivo, con su respectiva justificación e impacto.</p>

12 ^a	12	<ul style="list-style-type: none"> • Conoce las herramientas para la investigación de mercado. • Conoce el concepto de segmentación. 	<p>Aplica diversas herramientas de investigación de mercado. Encuestas, Entrevistas, observación, paneles etc.</p> <p>Identifica y evalúa la conveniencia de utilizar segmentación.</p>	<p>Aprendizaje basado en proyectos colaborativos</p> <p>Taller Pedagógico</p>	<p>Taller 10 Diseña encuesta para afinar especificaciones de la necesidad insatisfecha y del mercado objetivo elegidos, con precisión.</p>
13 ^a	13	<ul style="list-style-type: none"> • Conoce los conceptos y modalidades de estrategias de producto y precio • Conoce el concepto de valor y las diferencias con el precio. 	<p>Diseña estrategias de producto y precio.</p>	<p>Aprendizaje basado en proyectos colaborativos</p> <p>Taller Pedagógico</p>	<p>Taller 11 Diseña estrategia de producto y de precio del mercado objetivo y necesidad elegidos y las sustenta con seguridad.</p>
14 ^a	14	<ul style="list-style-type: none"> • Conoce los conceptos y modalidades de distribución y promoción. 	<p>Diseña estrategias de distribución y promoción.</p>	<p>Aprendizaje basado en proyectos colaborativos.</p> <p>Taller Pedagógico</p>	<p>Taller 12 Diseña estrategia de distribución y promoción del mercado objetivo y necesidad elegidos y la sustenta con seguridad.</p> <p>INF2 Propone y sustenta la mezcla de marketing elaborada, con la debida sustentación.</p>
15 ^a	15	<ul style="list-style-type: none"> • Conoce el funcionamiento de los sistemas de producción de bienes y servicios. • Conoce los criterios de productividad en los sistemas operacionales. 	<p>Diseña sistemas de producción o de servucción.</p>	<p>Método de Casos</p> <p>Taller Pedagógico</p>	<p>Taller 13 Evalúa la efectividad de un sistema de producción de servicio, considerando criterios de calidad, seguridad y productividad.</p>
Capacidades actitudinales			<p>Cumple con asistir puntualmente y permanece durante la sesión de aprendizaje.</p> <p>Participa activamente en clase y cumple con las tareas que le son asignadas.</p> <p>Valora los conocimientos adquiridos en cada sesión.</p> <p>Colabora solidaria y responsablemente</p>		

Investigación formativa		Reconoce y aplica los principios de la propiedad intelectual, al citar correctamente las fuentes de la información procesada Determina características de un Mercado, en un proceso de investigación bajo un método de rigurosidad científica.
Bibliografía		HOROVITZ, Jacques. Los 7 secretos del servicio al cliente. Madrid: Prentice Hall, 2000 p.p 1-20 STANTON, William y Charles Futrell. Fundamentos de Mercadotecnia. México: Mc. Graw Hill, 2001 p.p 64-84 / 205-220 /285-312 /345-382 /459-477
16^a	16	SEMANA DE EXÁMENES FINALES
17^a	17	SEMANA DE EXÁMENES SUSTITUTORIOS

6. EVALUACIÓN

Criterios de evaluación:

- Asistencia y participación en clase y actividades.
- Empleo del Aula Virtual.
- Trabajo en equipo, se mide a través de los talleres.
- Participación y entrega de trabajos complementarios a temas desarrollados en la clase.
- Vigencia y validez de las referencias consultadas.
- Redacción y ortografía.
- Comunicación oral y escrita
- Puntualidad en la entrega de trabajos.
- Cumplimiento de los requerimientos de entrega.
- Aporte personal.

Obtención del promedio final:

TIPO DE EVALUACIÓN	CLAVE	CRONOGRAMA	PESO
Evaluación Práctica	PRA1	Semana 4	1
Informes Parciales del Proyecto de Investigación	INF1 INF2	Semana 11 Semana 14	2
Informe Final del Proyecto de Investigación	TRA1	Semana 16	3
Evaluación Parcial	PAR1	Semana 8	1
Evaluación Final	FIN1	Semana 16	1
Evaluación Sustitutoria (*)	SUS1	Semana 17	1
FÓRMULA: $(PRA1*1 + INF1*2 + INF2*2 + TRA1*3 + PAR1 + FIN1) / 10$			

(*) La nota conseguida reemplazará a la nota del Examen Parcial o Final. Dicho examen no sustituye la nota del trabajo práctico.

7. BIBLIOGRAFÍA

- Adair, J. (1992). *El arte del Pensamiento Creativo*. Fondo Editorial Legis, México.
- Arieti, S. (1993) *La Creatividad*. Fondo de Cultura Económica, México, D.F.
- Abascal, F. (2001). *Cómo se hace un plan estratégico: la teoría del marketing estratégico*. Madrid: ESIC.
- Berry, L. (2000). *Como descubrir el alma del servicio*. Buenos Aires: Gránica
- Buzan, T. (1996). *The Mind Map Book*. Dutton, Penguin USA.
- Cooper, R. / sawaf, A. La I.E. (1998). *Aplicada al Liderazgo y Organizaciones*. Norma. Colombia.
- De Bono, E. (2008) *El Pensamiento Lateral Practico*. Editorial.Paidos España
- Barcelli Gómez, G. (1999). *Productividad*. Lima: Centro de Investigación Sociales, Económica y Tecnológica (CINCEYT).
- Cruz, C. (2007). *Siete pasos para convertir tus sueños en realidad*. Editorial Taller del Éxito, Colombia.
- García Cruz, J. (1995). *La Empresa Dinámica: como estrategia de calidad y productividad*. Lima: Centro de Investigación Sociales, Económica y Tecnológica (CINCEYT).
- Gates, B. (1999). *Los Negocios en la Era Digital (Business at the Speed of Thought)*. Plaza & Janés editores.
- Goleman, D. (1996) *La Inteligencia Emocional*. Edit. Vergara. Argentina.
- Goleman, D/ kaufman, P. /ray, M. (2000) *El Espíritu Creativo*. Vergara Edit. Argentina.
- Gonzáles, F. J. (2012). *Creación de Empresas: Guía del Emprendedor / Editorial Pirámide*.
- Hay, E. (2003). *Justo a tiempo: la técnica japonesa que genera mayor ventaja competitiva*. Bogotá: Norma,
- Horovitz, J. (2000). *Los 7 secretos del servicio al cliente*. Madrid: Prentice Hall.
- Ivancevich, J y otros. (1996). *Gestión: Calidad y Competitividad*. Barcelona: Irwin.
- Kiyosaki, R. & lechter, S. (2006) *Padre Rico Padre Pobre*, Editorial Aguilar, Argentina,
- Levy, S. (1999). *Administración de Proyectos de Construcción*. México: Mc. Graw Hill.
- Markides constantinos C. (2000). *En la Estrategia está el éxito Bogotá*. Editorial Norma.

- Osterwalder, A & pigneur, Y. (2010). *Generación de Nuevos Modelos de Negocios*. Editorial Deusto, España
- Rifkin, J. (2002). *La era del acceso: La revolución de la nueva economía*, Paidós Iberica,
- Rodríguez, W. (2006). *Programación, reprogramación, calidad total y seguridad de obra total de obras civiles*, Lima: Universidad Nacional de Ingeniería
- Serpell bley, A. (1993). *Administración de Operaciones de Construcción*. Santiago de Chile: Universidad Católica de Chile.
- Stanton, W. et al. (2001). *Fundamentos de Mercadotecnia*. México: Mc. Graw Hill.
- Tassinari, R. (1994). *El producto adecuado*. Barcelona: Marcombo.
- Thompson A y otros. (1998). *Dirección y Administración Estratégicas: conceptos, casos y lecturas*. México: McGraw Hill.
- Weiers, R. (1999). *Investigación de Mercados*. México: Prentice Hall.

Direcciones electrónicas

Liderazgo Historia motivadora. Recuperado el 26-02-2019 de:

<http://www.economiaynegocios.cl/noticias/noticias.asp?id=450255>

Como ser feliz. Recuperado el 26-02-2019 de: <https://www.nytimes.com/es/2018/02/02/clases-felicidad-psicologia-yale/>

Definición de Liderazgo. Recuperado el 26-02-2019 de: <http://es.wikipedia.org/wiki/Liderazgo>

Control estratégico. Recuperado el 26-02-2019 de: <https://www.gestion.org/el-control-de-gestion-y-el-control-estrategico/>

Motivación laboral. Recuperado el 26-02-2019 de:

<http://www.gestiopolis.com/dirgp/rec/motivacion.htm>

Desarrollo de la Productividad. Recuperado el 26-02-2019 de: <http://es.wikipedia.org/wiki/Productividad>

Gestión de la productividad. Recuperado el 26-02-2019 de <http://www.gestiopolis.com>

Gestión de la calidad en empresas constructoras. Recuperado el 26-02-2019 de:

https://alicia.concytec.gob.pe/vufind/Record/UUNI_9194b01f667c2eef3f67b45ff3454943

Innovación. Recuperado el 26-02-2019 de: <https://www.buenosnegocios.com/innovacion-creativa-emprendedores-n335>

Servicio al cliente. Recuperado el 26-02-2019 de

<https://www.gestiopolis.com/teoria-y-elementos-del-servicio-al-cliente/>

Promoción. Recuperado el 26-02-2019 de <http://www.gestiopolis.com/marketing/publicidad-efectiva-con-los-clientes.htm>

Plan de Negocio. Unir Emprende. Recuperado el 26-02-19 de:

<http://emprende.unir.net/creatuempresa/desarrollo-plan-de-negocio/>

Metodología Lego Serious Play. ESERP Business School. Recuperado el 26-02-2019 de:

<https://www.youtube.com/watch?v=PC8sM6Dd1aI>

Atributos que conforman a las Organizaciones Exponenciales (ExOs) y como implementarlos.

Recuperado el 26-02-2019 de: <https://www.youtube.com/watch?v=HSDD6XMGKIE>

Herramientas a utilizar para crear empresas disruptivas con crecimiento exponencial. Emprendedores Exponenciales (Bold). Recuperado el 26-02-2019 de:

<https://www.youtube.com/watch?v=ZKitRpGwL4g>

Como una empresa puede convertirse en una Organización Exponencial. Entrevista a Daniel Marcos

Ceo de Growth Institute. Recuperado el 26-02-2019 de:

<https://www.youtube.com/watch?v=xQBWJVjmN0k>

Explicación del método LEGO Serious Play. Kkrece Coaching y Consultoría. Recuperado el 26-02-2019 de: <https://www.youtube.com/watch?v=YSOuSfCniPY>