



Universidad Ricardo Palma
Rectorado
Oficina de Desarrollo Académico, Calidad y Acreditación

MODELO DE SÍLABO ADAPTADO PARA EL PERIODO DE ADECUACIÓN A LA EDUCACIÓN NO PRESENCIAL

Facultad de Ciencias Económicas y Empresariales
Escuela Profesional de Administración de Negocios Globales

SÍLABO 2020-II

I. DATOS ADMINISTRATIVOS:

1. Asignatura: Taller de Informática Aplicada a los Negocios Globales
2. Código: NG02301
3. Naturaleza: Teórico/práctica
4. Condición: Obligatoria
5. Requisito(s): NG02301 - Diseños Organizacionales Contemporáneos
6. Número de créditos: 02
7. Número de horas: 04 (Horas Teóricas: 02 / Horas de Practica: 02)
8. Semestre Académico: IV
9. Docente: Mg. Carlos Méndez
Correo institucional: carlos.mendezv@urp.edu.pe

II. SUMILLA:

La asignatura es de naturaleza obligatoria y pertenece al área de formación profesional básica, es de carácter teórico - práctico y tiene como finalidad formar al alumno en el uso de herramientas de tecnología de información como soporte en la gestión de los negocios, comprende el estudio de la informática aplicada al desarrollo de su creatividad, emprendimiento e inteligencia comercial. La asignatura comprende las siguientes cuatro (4) unidades de aprendizaje: Las TICS y su aporte a la nueva economía digital en el planeamiento y desarrollo de los negocios globales, La ofimática e internet como soporte operativo y de investigación en los negocios globales, La web 2.0 y el trabajo colaborativo remoto como soporte al plan de negocio electrónico, Internet y el soporte electrónico en la gestión de negocios globales.

III. COMPETENCIAS GLOBALES A LAS QUE CONTRIBUYE LA ASIGNATURA

- Multilingüe:
- Múltiples Inteligencias:
- Múltiples valores:

IV. COMPETENCIAS ESPECÍFICAS

- Competencia de Administración y Negocios Globales:
- Competencia de Marketing Global:
- Competencia de Logística y Operaciones Globales:

V. DESARROLLA EL COMPONENTE DE: INVESTIGACION (X) RESPONSABILIDAD SOCIAL ()



Universidad Ricardo Palma
Rectorado
Oficina de Desarrollo Académico, Calidad y Acreditación

VI. LOGRO DE LA ASIGNATURA

Al finalizar la asignatura el estudiante diseña propuestas de mejora en los procesos administrativos y comerciales de una empresa a través de las herramientas de las Tecnologías de la Información y las comunicaciones para contribuir al logro de objetivos empresariales dentro de un enfoque sistémico y por procesos, en un contexto empresarial globalizado.

VII. PROGRAMACION DE CONTENIDOS:

UNIDAD I: LAS TICS Y SU APOORTE A LA NUEVA ECONOMÍA DIGITAL EN EL PLANEAMIENTO Y DESARROLLO DE LOS NEGOCIOS GLOBALES.	
LOGRO DE APRENDIZAJE: Determina y emplea las mejores herramientas de internet para obtener la información y gestionar el conocimiento necesario para la toma de decisiones en la elaboración de un plan de negocios exportador para una empresa de carácter global.	
Semana	Contenido
1	Fundamentos de TICS. Definición. Importancia. La nueva economía digital, La sociedad de la información y la sociedad del conocimiento
2	El SEO y el SEM, la búsqueda avanzada en el SEO, Uso de alertas electrónicas y Búsqueda bibliográfica y académica en Internet
3	Planeamiento y MS Project® para el plan de negocio exportador.
4	Monitoreo y Retroalimentación. Evaluación del Logro

UNIDAD II: LA OFIMATICA E INTERNET COMO SOPORTE OPERATIVO Y DE INVESTIGACIÓN EN LOS NEGOCIOS GLOBALES	
LOGRO DE APRENDIZAJE: Identifica y emplea eficientemente las herramientas del back office en las actividades administrativas y de investigación de mercados, optimizando su capacidad en el procesamiento de la información y presentación de informes.	
Semana	Contenido
1	Fundamentos de la ofimática y Tips de word
2	La investigación de mercados internacionales, el scanning competitivo y principales portales de inteligencia comercial. y las encuestas electrónicas.
3	Uso de fórmulas y funciones de Excel
4	Monitoreo y Retroalimentación. Evaluación del Logro



Universidad Ricardo Palma
Rectorado
Oficina de Desarrollo Académico, Calidad y Acreditación

UNIDAD III: LA WEB 2.0 Y EL TRABAJO COLABORATIVO REMOTO COMO SOPORTE AL PLAN DE NEGOCIO ELECTRONICO	
LOGRO DE APRENDIZAJE: Identifica el modelo de negocio electrónico más adecuado para una empresa comercial y usa las herramientas informáticas de la tecnología web 2.0 para implementar su estrategia de negocio y comercial.	
Semana	Contenido
1	Modelos de Negocios Electrónicos, el marketing electrónico y Promoción en redes sociales e indicadores.
2	Landing Page y la estrategia de negocios.
3	Uso de fórmulas y funciones de Excel
4	Monitoreo y Retroalimentación. Evaluación del Logro

UNIDAD IV: INTERNET Y EL SOPORTE ELECTRONICO EN LA GESTIÓN DE NEGOCIOS GLOBALES	
LOGRO DE APRENDIZAJE: Reconoce las principales herramientas electrónicos que dan soporte a los negocios, así como determina los requisitos mínimos para el desarrollo de una feria virtual, dentro de un contexto ético y legal.	
Semana	Contenido
1	Trabajo colaborativo remoto, vía Internet y agendas virtuales.
2	Tele trabajo
3	Las ferias virtuales
4	Monitoreo y Retroalimentación. Evaluación del Logro

VIII. ESTRATEGIAS DIDÁCTICAS

Estudio de casos, ABP (Aprendizaje basado en problemas), Método de proyecto, Exposición dialogada, trabajo en pares, trabajo en equipo, Presentación efectiva, Caso práctico, Discusión del dilema, Visionado de video, Elaboración de reportes orientados por el profesor, Presentación oral y escrita virtual.

IX. MOMENTOS DE LA SESIÓN DE APRENDIZAJE VIRTUAL

La modalidad no presencial desarrollará actividades sincrónicas (que los estudiantes realizarán al mismo tiempo con el docente) y asincrónicas (que los estudiantes realizarán independientemente fortaleciendo su aprendizaje autónomo. La metodología del aula invertida organizará las actividades de la siguiente manera:

Antes de la sesión

- **Exploración:** preguntas de reflexión vinculada con el contexto, otros, usando las herramientas propias del aula virtual y de otros servicios virtuales interactivos.



Universidad Ricardo Palma
Rectorado
Oficina de Desarrollo Académico, Calidad y Acreditación

- **Problematicación:** conflicto cognitivo de la unidad, otros.

Durante la sesión

- **Motivación:** bienvenida y presentación del curso, otros.
- **Presentación:** PPT en forma colaborativa, otros.
- **Práctica:** resolución individual de un problema, resolución colectiva de un problema, otros.

Después de la sesión

- **Evaluación de la unidad:** presentación del producto.
- **Extensión / Transferencia:** presentación en digital de la resolución individual de un problema.

X. EVALUACIÓN

La modalidad no presencial se evaluará a través de productos que el estudiante presentará al final de cada unidad. Los productos son las evidencias del logro de los aprendizajes y serán evaluados a través de rúbricas cuyo objetivo es calificar el desempeño de los estudiantes de manera objetiva y precisa.

Retroalimentación. En esta modalidad no presencial, la retroalimentación se convierte en aspecto primordial para el logro de aprendizaje. El docente devolverá los productos de la unidad revisados y realizará la retroalimentación respectiva.

UNIDAD DE APRENDIZAJE	INSTRUMENTOS	PORCENTAJE
I	Rúbrica	15%
II	Rúbrica	20%
III	Rúbrica	25%
IV	Rúbrica	40%

XI. RECURSOS

- Equipos: computadora, laptop, Tablet, celular
- Materiales: apuntes de clase del docente, separatas de problemas, lecturas, videos.
- Plataformas: JIMDO, WIX, MSPProject, MS Project, Kahoot, Google drive, Google Form, e-encuesta, MS office.

XII. REFERENCIAS BIBLIOGRAFICAS

BASICAS

- Dvoskin, Roberto (2004). Fundamentos de Marketing. Argentina: Editorial Ediciones Granica S.A.
- Castro Edith (2014) Fundamentos de las tecnologías de Información: viviendo en una sociedad tecnológica. Volumen I, Mexico , Editorial Digital del Tecnológico de Monterrey.
- Silva, Sonia (2005). Internet y correo electrónico/ Internet and Email. España: Editorial Ideas propias.



Universidad Ricardo Palma
Rectorado
Oficina de Desarrollo Académico, Calidad y Acreditación

- Guiomar Salvat (2011), La revolución digital y la sociedad de la información, Comunicación Editorial I – Ediciones y publicaciones.
- Aidan Chopra (2010) Google SketchUp 8 For Dummies, Editorial John Wiley & Sons.
- https://books.google.com.pe/books?id=yO8N2AUMDzAC&pg=PA23&dq=modelos+de+negocios+electronicos&hl=es-419&sa=X&ved=2ahUKEwj1_6uNwrfsAhWDtVkkKHceKDDEQ6AEwAHoECAIQAg#v=onepage&q=modelos%20de%20negocios%20electronicos&f=false
- <https://books.google.com.pe/books?id=R47LDAAAQBAJ&pg=PT9&dq=el+scanning+competitivo&hl=es-419&sa=X&ved=2ahUKEwiCvJ2zwrfsAhVFp1kKHdiVB18Q6AEwAHoECAYQAQg#v=onepage&q=el%20scanning%20competitivo&f=false>



CPC:

ASIGNATURAS DE EPANG	Marketing	Finanzas	Contabilidad	Gestión	Legal	Economía	Ética	Globalización	Estadística	Sistemas de Información	Política de Negocios	Integración	Total
Taller de Informática para los Negocios Globales	20	2	N/A	20	N/A	N/A	8	14	N/A	34	N/A	14	112

ANEXO: Material Complementario para Docentes

Organización de las sesiones de aprendizaje

Primera fase: antes del inicio de la unidad

Indagación de los estudiantes de manera asincrónica

- El docente presenta en la plataforma virtual todo el material que aborda los nuevos saberes de la unidad. El material incluirá como mínimo: un video, una separata, capítulo de libro o artículo científico y un PPT.
- Los estudiantes exploran nuevos conocimientos y establece las conexiones con sus saberes previos.
- Los estudiantes deben revisar el material completamente y desarrollar la actividad planteada por el profesor (Guía de preguntas, participación en el foro, resumen, etc). Esta fase permitirá la problematización del tema.

Segunda fase: durante las clases de la unidad.

Aplicación de los procesos pedagógicos del modelo URP desarrollados de manera sincrónica.

- El docente conducirá la motivación a través de diversos recursos: preguntas, situaciones, experiencias.
- El docente realiza la presentación del tema con el apoyo de recursos y busca responder a las dudas o preguntas que los estudiantes han problematizado. En esta fase se utilizarán los siguientes recursos: videos, noticias, separatas, capítulos de libro o artículos científicos, PPT, Simulador SIMPRO, Gantt Project, MS Project, Kahoot, Mentimeter, entre otros.
- El docente propone en esta fase la práctica que permita la aplicación del conocimiento.

Tercera fase: después de la clase



Universidad Ricardo Palma
Rectorado
Oficina de Desarrollo Académico, Calidad y Acreditación

Evaluación de los productos de la unidad, de manera asincrónica, fuera del horario de clases de la unidad.

- El docente realiza la evaluación de la unidad para lo cual recibe los productos y los valora el desempeño de sus estudiantes de acuerdo a los criterios de la rúbrica.
- Los estudiantes realizarán la extensión o transferencia de acuerdo con las actividades propuestas por el docente.

Alineamiento del Aula Invertida con el Modelo Pedagógico URP

Fases del Aula Invertida	Procesos del modelo pedagógico URP	Temporalidad
Antes de la clase	Exploración/ Problematización	Asincrónico
Durante la clase	Motivación/Presentación/Práctica	Sincrónico
Después la clase	Evaluación/Extensión o transferencia	Asincrónico