



## FACULTAD DE CIENCIA Y TECNOLOGÍA

### ESCUELA DE INGENIERÍA EN ALIMENTOS

#### 1. Datos generales

**Materia:** GESTIÓN EMPRESARIAL  
**Código:** IAL1011  
**Paralelo:** A  
**Periodo :** Febrero-2025 a Junio-2025  
**Profesor:** CALLE CALLE JAIME MARCELO  
**Correo electrónico:** marcalle@uazuay.edu.ec

**Nivel:** 10

#### Distribución de horas.

Docencia	Práctico	Autónomo: 72		Total horas
		Sistemas de tutorías	Autónomo	
48	0	16	56	120

#### Prerrequisitos:

Ninguno

#### 2. Descripción y objetivos de la materia

Gestión Empresarial cubre la estrategia de marketing, la investigación de mercados y su segmentación, esto conduce a una mejor administración y una estrategia enfocada en el diagnóstico y el mejoramiento continuo, el sistema y clima organizacional, las estrategias y paradigmas empresariales, trabajar con el análisis del macro y microentorno, la planeación y su implementación, estrategias comerciales, toma de decisiones y emprendimiento de pymes. Permite generar herramientas para saber guiar, mediar y resolver problemas de recursos humanos, conceptos claves de planificar, organizar, dirigir y controlar una organización y cómo administrar mejor una empresa o departamento.

Gestión Empresarial se articula con las asignaturas: Investigación, desarrollo e Innovación (I+D+i), Sistemas de gestión integrados, y gestión de proyectos, pues permite al estudiante mejorar sus decisiones.

Gestión Empresarial busca a través de personas como directores institucionales, gerentes, productores, consultores y expertos, mejorar la productividad y por ende la competitividad de las empresas y negocios. Una óptima gestión no busca sólo hacer las cosas mejor, lo más importante es hacer mejor las cosas correctas y en ese sentido es necesario identificar los factores que influyen en el éxito o mejor resultado de la gestión. Se acuden a conceptos de administración empresarial para lograr que el estudiante adquiera herramientas suficientes para entender el funcionamiento de una empresa.

#### 3. Objetivos de Desarrollo Sostenible



#### 4. Contenidos

1	Marketing Gerencial
1.1	Proceso del marketing
1.2	Conocimiento del mercado y sus necesidades
1.3	Diseño de estrategia de marketing
1.4	Propuesta de valor

1.5	Planeación estratégica integral
1.6	Mezcla de marketing (4Ps)
2	Investigación de Mercados
2.1	Clasificación de investigación de mercados
2.2	Procesos de la investigación de mercados
2.3	Clasificación de los diseños de investigación de mercados
2.4	Diseños de cuestionarios
2.5	pruebas piloto
2.6	Diseño de muestreo y técnicas de muestreo
2.7	Trabajo de campo
3	Segmentación de Mercados
3.1	Tipos de mercados
3.2	VARIABLES a analizar
3.3	Estimación de tamaños de mercado
4	Administración
4.1	Conceptos
4.2	Labor de los gerentes
5	Planificación
5.1	Planeación
5.2	Cómo establecer objetivos
5.3	Planeación estratégica
5.4	Matriz FODA
5.5	5 Fuerzas de Porter
5.6	Administración por objetivos
6	Organización
6.1	Importancia y formas
6.2	Empowerment. autoridad
6.3	Principios básicos de la organización
6.4	Sistemas de Departamentalización
7	Dirección y Liderazgo
7.1	Factores humanos y motivación
7.2	Importancia y principios de la dirección
7.3	Trabajo en equipos
8	Control
8.1	Proceso de control básico
8.2	Importancia del control
8.3	Tipos de control
8.4	Proceso del control
9	Toma de Decisiones

9.1	Desarrollo de alternativas
9.2	Evaluación de alternativas y análisis de efectividad

## 5. Sistema de Evaluación

### Resultado de aprendizaje de la carrera relacionados con la materia

#### Resultado de aprendizaje de la materia

#### Evidencias

#### aa. Desempeña asesoría técnica en el diseño, desarrollo y evaluación de proyectos productivos y emprendimientos alimentarios.

-Entiende cómo se organiza y administra una empresa agroalimentaria.

-Evaluación escrita  
-Proyectos  
-Resolución de ejercicios, casos y otros

### Desglose de evaluación

Evidencia	Descripción	Contenidos sílabo a evaluar	Aporte	Calificación	Semana
Resolución de ejercicios, casos y otros	Informes	Investigación de Mercados, Marketing Gerencial	APORTE	5	Semana: 4 (10/03/2025 al 15/03/2025)
Evaluación escrita	Prueba	Investigación de Mercados, Marketing Gerencial, Segmentación de Mercados	APORTE	5	Semana: 5 (17/03/2025 al 22/03/2025)
Resolución de ejercicios, casos y otros	Informes	Administración , Investigación de Mercados, Marketing Gerencial, Planificación, Segmentación de Mercados	APORTE	5	Semana: 8 (07/04/2025 al 12/04/2025)
Evaluación escrita	Prueba	Administración , Investigación de Mercados, Marketing Gerencial, Organización, Planificación, Segmentación de Mercados	APORTE	5	Semana: 9 (14/04/2025 al 19/04/2025)
Evaluación escrita	Prueba	Administración , Control, Dirección y Liderazgo, Investigación de Mercados, Marketing Gerencial, Organización, Planificación, Segmentación de Mercados, Toma de Decisiones	APORTE	10	Semana: 13 (12/05/2025 al 17/05/2025)
Proyectos	Proyecto final	Administración , Control, Dirección y Liderazgo, Investigación de Mercados, Marketing Gerencial, Organización, Planificación, Segmentación de Mercados, Toma de Decisiones	EXAMEN	20	Semana: 16 (02/06/2025 al 07/06/2025)
Evaluación escrita	Examen	Administración , Control, Dirección y Liderazgo, Investigación de Mercados, Marketing Gerencial, Organización, Planificación, Segmentación de Mercados, Toma de Decisiones	SUPLETORIO	20	Semana: 19-20 ( al )

### Metodología

Descripción	Tipo horas
Se enviarán a los estudiantes trabajos que deberán realizar en las horas fuera de clase, tales como investigaciones de mercado, análisis de datos, ejercicios de estimación de tamaños de mercado, y trabajos finales.	Autónomo
Se impartirán clases magistrales, se compartirá material del tema, se tomarán lecciones sobre las clases previas y se motivará al estudiante a una participación activa. Se realizarán pruebas escritas y un examen final a través de un proyecto integral a desarrollar.	Total docencia

### Criterios de evaluación

Descripción	Tipo horas
En todos los trabajos escritos se evaluará la ortografía, redacción, la coherencia en la presentación de ideas y la ausencia de copia textual. En la exposición oral se evaluará el cumplimiento de las normas de un buen expositor, la fluidez en la exposición y el manejo adecuado de la audiencia.	Autónomo
Las pruebas y exámenes tendrán preguntas de razonamiento, lógicas relacionadas al tema o capítulos y la resolución de ejercicios.	Total docencia

## 6. Referencias

### Bibliografía base

#### Libros

Autor	Editorial	Título	Año	ISBN
Naresh Malhotra	Prentica hall	Investigación de mercados	2020	978-607-32-5075-7
Thomas Bateman & Scott Snell	McGraw Hill	Administración: Liderazgo y colaboración en un mundo competitivo	2009	978-970-10-7279-0

#### Web

#### Software

#### Revista

### Bibliografía de apoyo

#### Libros

#### Web

#### Software

#### Revista

Autor	Volumen	Título	Año	DOI
Calle, M., & Pilozo, D.	Compendium:	Social Influence and Perceived Quality in	2022	<a href="https://doi.org/10.">https://doi.org/10.</a>
Wu, F., Qushim, B., Calle,	Choices: The Magazine	Government Support in Mexican Agriculture	2018	<a href="http://www.">http://www.</a>
Calle, M., & Tenesaca, J.	Ciencias Administrativas	Identification of opportunities and its impact	2023	<a href="https://doi.org/10.">https://doi.org/10.</a>
Calle, M., Watson, A., Lai,	Journal of	Opportunity Alertness, Risk-Taking and	2022	<a href="https://dx.doi.org/10.">https://dx.doi.org/10.</a>

\_\_\_\_\_  
Docente

\_\_\_\_\_  
Director/Junta

Fecha aprobación: **04/02/2025**

Estado: **Aprobado**