

**UNIVERSIDAD INTERAMERICANA DE PUERTO RICO
RECINTO METROPOLITANO
RECINTO DE SAN GERMAN
CIENCIAS ECONÓMICAS Y ADMINISTRATIVAS
PROGRAMA DE EDUCACIÓN COMERCIAL**

PRONTUARIO

I. INFORMACIÓN GENERAL

Título del curso	:	METODOLOGÍA EN LA ENSEÑANZA DE CURSOS DE DESARROLLO EMPRESARIAL, LA ADMINISTRACIÓN COMERCIAL Y EL MERCADEO
Código y número	:	BUED 5015
Créditos	:	Tres (3)
Término Académico	:	
Profesor	:	
Horas de Oficina	:	
Teléfono de la Oficina	:	
Correo Electrónico	:	

II. DESCRIPCIÓN

Aplicación de las teorías administrativas, los principios sobre empresarismo y el proceso de formación o adquisición de empresas, las técnicas y los procedimientos en el proceso gerencial. Aplicación de los conceptos y principios de mercadeo. Análisis y evaluación de las estrategias de enseñanza aplicables al área de desarrollo empresarial, administración comercial y mercadeo en los diferentes niveles.

III. OBJETIVOS

A. Se espera que al finalizar el curso, el estudiante pueda:

1. Analizar las funciones y el desarrollo del proceso gerencial.
2. Comprender la importancia de los fundamentos de empresarismo.
3. Describir el proceso de formación de nuevas empresas.
4. Explicar el concepto de mercadeo y su evolución.

5. Analizar las estrategias, técnicas y métodos de enseñanza mediante la utilización de la tecnología como vehículo de aprendizaje en el área de desarrollo empresarial, administración comercial y mercadeo.
6. Planificar las clases diarias y las evaluaciones en forma sistemática.

El programa está diseñado para desarrollar las competencias que le permitan al estudiante:

De Conocimiento

Al finalizar el curso, los estudiantes serán capaces de:

- C-1 Comparar las teorías y principios que rigen la pedagogía y la administración y supervisión de los programas de Educación Comercial y Empresarial.
- C-2 Analizar los métodos, técnicas y la integración de la tecnología en el área de la Educación Comercial y Empresarial.
- C-3 Comparar los diferentes modelos que rigen el diseño curricular y sus implicaciones en el desarrollo de programas educativos y en la capacitación del personal empresarial.
- C-4 Analizar los métodos y técnicas más recientes en el campo de la investigación pedagógica y Empresarial.

De Habilidad (Destrezas)

Al finalizar el curso, los estudiantes demostrarán habilidad (destrezas) para:

- D-1 Aplicar metodologías y estrategias a entornos tecnológicos de formación presencial y virtual.
- D-2 Utilizar la metodología adecuada en la enseñanza de cursos de Educación Comercial y Empresarial en el nivel secundario y postsecundario.
- D-3 Aplicar las técnicas adecuadas al evaluar el aprovechamiento del estudiante de Educación Comercial y Empresarial.
- D-4 Evaluar y manejar la tecnología asistiva para atender las necesidades particulares de los estudiantes.

De Actitudes

Al finalizar el curso, los estudiantes demostrarán actitud de:

- A-1 Reconocer las diferencias individuales en los estudiantes y sus potencialidades.
- A-2 Crear conciencia hacia la actividad intelectual y la investigación de los problemas existentes en la Educación Comercial y Empresarial.
- A-3 Demostrar conductas éticas a tono con las exigencias de la sociedad del conocimiento.
- A-4 Promover el desarrollo de iniciativas empresariales entre sus estudiantes.

IV. CONTENIDO TEMÁTICO

A. Desarrollo histórico de la gerencia

- 1. Evolución de la gerencia
- 2. Teoría clásica, conductista y cuantitativa

B. Pasos del proceso gerencial

- 1. Planificación
- 2. Organización
- 3. Dirección
- 4. Control
- 5. Reclutamiento
- 6. Relaciones interpersonales

C. Fundamentos de empresarismo

- 1. Origen histórico del empresarismo
- 2. Definición de empresarismo
 - a. Fundamentos del empresarismo
 - b. Empresario
 - c. Empresa dedicada a la venta al detalle y una empresa mayorista
- 3. Empresarismo a nivel nacional y global
- 4. Proceso empresarial
- 5. Diferencia entre el empresario y el administrador y sus características

D. Proceso de formación de nuevas empresas

- 1. La generación de ideas
- 2. Requisitos legales para iniciar un negocio, permisos, endosos, licencias, seguros, etc.

3. Fuentes de financiamiento de negocios
4. Adquisición de una empresa existente o el establecimiento de un negocio nuevo
5. Cómo se forma y adquiere una empresa real

E. Conceptos fundamentales de mercadeo

1. Introducción al mercadeo
2. Análisis de las fuerzas ambientales que afectan el sistema de mercadotecnia
3. Responsabilidad social y ética en el mercado
4. Sistema de información de mercadeo e investigación de mercado
5. Segmentación de mercado y mercado meta
6. Diferentes tipos de mercado

F. Concepto de mezcla de mercadeo

1. Producto
2. Precio
3. Distribución
4. Promoción

G. Estándares de Educación Comercial

1. Áreas de Desarrollo Empresarial y Administración Comercial
2. Áreas de Mercadeo

H. Planificación

1. Redacción de objetivos observables
2. Plan diario
3. Plan de unidad
4. Plan de semestre
5. Distribución de tiempo

I. Metodología

1. Estrategias de enseñanza
2. Estrategias de enseñanza integrando la tecnología
3. Técnicas de enseñanza
4. Métodos de enseñanza

J. Evaluación

1. Medición
2. "Assessment"

K. La integración de la tecnología en el currículo

L. Estilos de aprendizaje

V. ACTIVIDADES

Las actividades a utilizarse para el desarrollo del curso son las siguientes:

El profesor/la profesora utilizará una variedad de estrategias de enseñanza que reflejen la misión de la Universidad hacia la Calidad Total (CT) y la evaluación continua (“assessment”), entre las cuales podrán incluirse:

- ✓ Recursos profesionales
- ✓ Videos
- ✓ Lecturas suplementarias
- ✓ Transparencias, “PowerPoint”
- ✓ Trabajos en equipos
- ✓ Conferencias ilustradas
- ✓ Estudios independientes
- ✓ Discusión formal dirigida
- ✓ Informes orales
- ✓ Investigaciones
- ✓ Organizadores gráficos
- ✓ Visitas a negocios y empresas
- ✓ Entrevistas a empresarios
- ✓ Visitas de empresarios, de la autora del texto, maestros de mercadeo

Estrategias de “Assessment”

- Rúbrica
- Diario reflexivo (técnica de “assessment”, CT)
- Pruebas de ejecución (CT)
- Auto-evaluación (técnica de “assessment”, CT)
- “One minute paper” (técnica de “assessment”, CT)
- Producción de portafolio (técnica de “assessment”, CT)
- Aprendizaje cooperativo (técnica de “assessment”, CT)
- Resumir en una oración (técnica de “assessment”, CT)
- Resumir en una palabra (técnica de “assessment”, CT)
- Aplicación inductiva de los conceptos y trabajos de práctica y la solución de situaciones de la vida real (técnica de “assessment”, CT)
- Aplicación inductiva de los conceptos de la pareja (CT)
- Reflexiones semanales sobre el proceso de la enseñanza (CT)
- Trabajos en equipos (CT)
- Evaluación de los pares (técnica de “assessment”, CT)
- Identificación de metas personales y expectativas (técnica de “assessment”, CT)

- Torbellino de ideas, desempeño de roles, simulaciones (CT)

VI. EVALUACIÓN

Criterios	Puntuación	% de la Nota Final
Informe Oral	80	5
Informe Escrito	50	5
Observación de clases: Desarrollo Empresarial, Administración Comercial o Mercadeo	25	10
Clase Demostrativa (Mini clase)	60	20
Planes		
Plan diario	48	10
Plan de unidad	52	10
Participación diaria (Asistencia, discusión en clase, Reflexiones diarias)	100	10
Plan de Negocio	100	20
Revisión de la literatura	100	10
Total	615	100

VII. NOTAS ESPECIALES

A. Servicios Auxiliares o Necesidades Especiales

Todo estudiante que requiera servicios auxiliares o asistencia especial deberá solicitar los mismos al inicio del curso o tan pronto como adquiera conocimiento de que los necesita, a través del registro correspondiente en la Oficina del Coordinador de Servicios de los Estudiantes con Impedimentos, ubicada en el Programa de Orientación Universitaria a cargo del Sr. José A. Rodríguez, Teléfono 787-250-1912 Ext. 2306, 2307.

B. Honradez, Fraude y Plagio (Reglamento General de Estudiantes, Capítulo V)

La falta de honradez, el fraude, plagio y cualquier otro comportamiento inadecuado con relación a la labor académica constituyen infracciones mayores sancionadas por el Reglamento General de Estudiantes. Las infracciones mayores, según dispone el Reglamento General de Estudiantes, pueden tener como consecuencia la suspensión de la

Universidad por un tiempo definido mayor de un año o la expulsión permanente de la Universidad, entre otras sanciones.

C. Uso de dispositivos electrónicos

Se desactivarán los teléfonos celulares y cualquier otro dispositivo electrónico que pudiese interrumpir los procesos de enseñanza y aprendizaje o alterar el ambiente conducente a la excelencia académica. Las situaciones apremiantes serán atendidas, según corresponda. Se prohíbe el manejo de dispositivos electrónicos que permitan acceder, almacenar o enviar datos durante evaluaciones o exámenes.

VIII. RECURSOS EDUCATIVOS

Libro de Texto

Rivera Turull, Y. (2005). *Currículo y metodología en la enseñanza de educación comercial y mercadeo*. San Juan, PR: Publicaciones Puertorriqueñas, Inc. (Clásico)

Lecturas Suplementarias

Arneson, P. y Sibert, B. (2012). A new perspective for business methods: It's not business as usual! *Business Education Forum*. 66(3). pp. 40-45.

Carta Circular 2-2010-2011 Planificación del Proceso de Aprendizaje, Departamento de Educación de Puerto Rico

Carta Circular 2-2010-2011 Planificación del Proceso de Aprendizaje [aclaración], Departamento de Educación de Puerto Rico

Carta Circular 19-2006-2007 Normas para la organización de la oferta ocupacional en las escuelas vocacionales de área, escuelas superiores vocacionales, escuelas superiores con departamento vocacional, escuelas superiores con ofrecimientos vocacionales y escuelas vocacionales especializadas, Departamento de Educación de Puerto Rico.

Crary, M. (2009). Basic Business: Using rubrics to improve student achievement. *Business Education Forum*. 64(2) pp. 31-35.

Drage, K. S. (2011). Preparing the next generation of entrepreneurs: Teaching resources to promote transition from the classroom to the conference room. *Business Education Forum*. 65(3). pp. 35-41.

Flatley, M. E. (2011). Teaching with twitter. *Business Education Forum*. 66(1). pp. 28-31.

- Gaytan, J. (2011). Increasing classroom interaction through technology-based games. *Business Education Forum*. 66(2). pp. 44-48.
- Glenn, J. M. (2012). The ask: Helping students improve their negotiating skills. *Business Education Forum*. 66(4). pp. 7-11.
- Glenn, J. M. (2012). The center for talent innovation: Winning the war for talent in emerging markets. *Business Education Forum*. 66(4). pp. 12-13.
- Glenn, J. M. (2011). Learning technology trends to watch in 2012. *Business Education Forum*. 66(2). pp. 7-12.
- Gregg, M. L. (2011). 21st Century Skills in Business Education. *Business Education Forum*. 65(3). p. 4.
- Hall, S. (2012). Having an e-impact on your courses with e-commerce: Fish bowl enterprise game. *Business Education Forum*. 66(3). pp. 37-39.
- Haltinner, U. y Stanislawski, D. (2009). Preparing teacher candidates to effectively engage CTSOs in marketing education. *Business Education Forum*. 63(4). pp. 35-38.
- Kotler, P. y Armstrong, G. *Principios de marketing*. Pearson Prentice Hall.
- McEwen, T. y McEwen, B. (2012). Integrating STEM competencies into entrepreneurship education. *Business Education Forum*. 66(4). pp. 32-36.
- Mountjoy, K. (2011). So you think you can run a business: An experiential learning project. *Business Education Forum*. 65(4). pp. 30-32.
- O'Connor, M. A., Kieser, A. L. y Olivo, J. J. (2011). Engaging the millennial generation in business education classes. *Business Education Forum*. 66(2). pp. 36-39.

Recursos Electrónicos (revistas profesionales)

The Delta Pi Epsilon Journal. <http://www.dpe.org>
 Business Education Forum. <http://www.nbea.org>
 Educational Leadership. <http://www.ascd.org>
 National Business Education Association Yearbooks. <http://www.nbea.org>
 Phi Delta Kappan. <http://www.pdkintl.org/kappan>
 Journal of Entrepreneurship Education.
<http://www.allieducademies.org/entrepreneurship/jee.html>

IX. BIBLIOGRAFÍA

- Allen, K. R. y Meyer, E. C. (2008). *Empresarismo y administración de pequeños negocios*. México: McGraw-Hill (Clásico).
- Desarrollo Empresarial: Nivel Secundario [prontuario]. Documento de Trabajo, 2002. Programa de Educación Comercial, Departamento de Educación de Puerto Rico.
- Estándares de Excelencia, Programa de Educación en Mercadeo, Departamento de Educación, 2000.
- Marco Curricular, Programa de Educación en Mercadeo, Instituto Nacional para el Desarrollo Curricular, Departamento de Educación, 2004.
- Rivera Turull, Y. (2008). *Currículo, enseñanza y metodología para maestros: Incluye la Integración de la tecnología: la computadora y el Internet*. Hato Rey, PR: Publicaciones Puertorriqueñas, Inc. (Clásico)
- Vera Vélez, L. (2013). *“Assessment”, Medición y Evaluación del Aprendizaje*. San Juan, PR: Publicaciones Puertorriqueñas, Inc.

Revistas

Business Education Forum
Revista APEC (Asociación de Profesores de Educación Comercial de Puerto Rico, Inc.)
Revista El Sol (Asociación de Maestros de Puerto Rico)
Delta Pi Epsilon

Revisado: 7 de mayo de 2015