



UNIVERSIDAD DISTRITAL FRANCISCO JOSÉ DE CALDAS
FACULTAD DE MEDIO AMBIENTE Y RECURSOS NATURALES

SYLLABUS

PROYECTO CURRICULAR:

NOMBRE DEL DOCENTE:

ESPACIO ACADÉMICO (Asignatura):

GERENCIA INTEGRAL Y GESTION PUBLICA

Obligatorio () : Básico (X) Complementario ()

Electivo () : Intrínsecas () Extrínsecas ()

CÓDIGO:

NUMERO DE ESTUDIANTES:

GRUPO:

NÚMERO DE CREDITOS: 3

TIPO DE CURSO: TEÓRICO PRACTICO TEO-PRAC:

Alternativas metodológicas:

*Clase Magistral (X), Seminario (), Seminario – Taller (), Taller (X), Prácticas (X),
Proyectos tutoriados (), Otro: _____*

HORARIO:

DIA	HORAS	SALON

I. JUSTIFICACIÓN DEL ESPACIO ACADÉMICO (El Por Qué?)

La formación teórico – práctica de Administradores Deportivos en el área de la GERENCIA INTEGRAL Y GESTION PUBLICA particularmente en lo deportivo y que tiene relación al mejor camino para administrar y organizar compañías, considera necesario tomar como ventaja competitiva un ejemplar servicios a los clientes o usuarios finales, cumpliendo con los procesos de consecución de los objetivos organizacionales.

Por ello el estudiante debe entender que su desempeño laboral, implicar la administración y

gerencia de servicios en donde deberá desarrollar procesos de liderazgo, calidad, y cultura como forma primordial y motriz de toda organización.

II. PROGRAMACION DEL CONTENIDO (El Qué? Enseñar)

OBJETIVO GENERAL

Discutir los distintos conceptos, técnicas y herramientas de la GERENCIA INTEGRAL Y GESTION PUBLICA que permiten el desarrollo y sostenimiento de una ventaja competitiva en las organizaciones, en este horizonte se busca que el estudiante desarrolle habilidades en los procesos de formulación, implementación y evaluación estratégicos, a partir de la gerencia y del servicio.

OBJETIVOS ESPECÍFICOS

- 1. Determinar el impacto económico del servicio y su repercusión en la gerencia*
- 2. Identificar como la gerencia cambia la orientación de industrial o productiva a “momentos de verdad” decisivos para la administración.*
- 3. Define, describe e identifica la naturaleza de la revolución del servicio.*
- 4. Distingue y describe las funciones directivas y operativas de la GERENCIA INTEGRAL Y GESTION PUBLICA .*
- 5. Diseña y aplica modelos organizacionales de la GERENCIA INTEGRAL Y GESTION PUBLICA como enfoque total de la organización.*

COMPETENCIAS DE FORMACIÓN:

Crear conciencia de que tan importante es para las organizaciones la existencia de los clientes y su permanencia.

Dotar de herramientas de servicio a los participantes, para la creación de valor y poder confrontar lo asimilado con la realidad en sus organizaciones.

A la vez crear a través de la vivencia experiencial como deben implementar una política de servicio que les permita ser más competitivos con relación a sus competidores.

PROGRAMA SINTÉTICO:

El servicio factor crítico de competitividad. Planteamientos teóricos sobre que significan y visión de algunos ejemplos.

Elementos que hacen parte inevitable en la transacción del servicio.

La creación de nexos consolidados de relación con el cliente, para mantener retroalimentaciones a largo plazo.

El producto, la marca y la lealtad el engranaje en los principios de la satisfacción total de los clientes.

El diagnóstico de servicio de la empresa mediante cadena de valor.

El mejoramiento continuo y como incide en la percepción y en la decisión final de los clientes.

III. ESTRATEGIAS (El Cómo?)

Metodología Pedagógica y Didáctica:

El programa se desarrollará de la siguiente manera:

Lecturas Dirigidas y Elaboración de Síntesis

Desarrollo De Casos

Discusiones Grupales

Dramatización y Simuladores de Situaciones y su Análisis

Utilización del Computador

Investigación en Empresas

Vivencias Directas en el Medio

Exposición Magistral
Talleres Sobre los Procesos Estratégicos
Ayudas Audiovisuales

SUGERENCIAS METODOLÓGICAS

Exploración bibliográfica:

Los temas a tratar en clase serán consultados previamente por los estudiantes. Es una actividad fuera del aula cuyo objetivo es la profundización de cada uno de los conceptos a abordar, a través de diferentes medios como libros, revistas, personas expertas, Internet, prensa, entre otros.

Análisis del material consultado:

Cada tema a tratar, después de ser consultado, será presentado en clase de acuerdo a la guía de aprendizaje entregada por el profesor; este puede ser para presentar de forma escrita y/o a través de exposiciones individuales o en grupo, complementado con actividades dentro del aula como discusiones, ejercicios lúdicos, talleres, método del caso, entre otros.

Construcción teórica:

Una vez consultada la temática y haber realizado el análisis respectivo mediante las guías de estudio, los temas serán analizados por parte del profesor para que a partir de los conocimientos adquiridos, se realice la construcción teórica respectiva.

Aplicación a la realidad:

Los temas tratados serán homologados a la realidad. Para esto, los estudiantes seleccionaran una empresa legalmente constituida (en lo posible DEPORTIVA), identificarán la manera como la empresa aplica los procesos de Gestión del Talento Humano, los analizarán y evaluarán, y propondrán recomendaciones para su mejoramiento o estructuración.

Tipo de Curso	Horas			Horas profesor/semana	Horas Estudiante/semana	Total Horas Estudiante/semestre	Créditos
	TD	TC	TA	(TD + TC)	(TD + TC +TA)	X 16 semanas	
TP	21	43	21	4	6	64	3

Trabajo Presencial Directo (TD): trabajo de aula con plenaria de todos los estudiantes.

Trabajo Mediado Cooperativo (TC): Trabajo de tutoría del docente a pequeños grupos o de forma individual a los estudiantes.

Trabajo Autónomo (TA): Trabajo del estudiante sin presencia del docente, que se puede realizar en distintas instancias: en grupos de trabajo o en forma individual, en casa o en biblioteca, laboratorio, etc.)

IV. RECURSOS (Con Qué?)

Medios y Ayudas: Lecturas de temas de actualidad de periódicos y revistas. Visitas a empresas con el fin de detectar situaciones reales que trata la administración deportiva. Presentación de videos relacionados como Gestión del Talento Humano.

BIBLIOGRAFÍA

TEXTOS GUÍAS

ALBRECHT, Karl. La revolución del Servicio. 3R Editores. 2003.

ALBRECHT, Kart, **ZEMKE** Ron. GERENCIA INTEGRAL Y GESTION PUBLICA : Como Hacer Negocios en la Nueva Economía. 3R Editores. 2003.

TEXTOS COMPLEMENTARIOS

REVISTAS

Se recomienda la revista Harvard Business de la editorial Deusto, el diario de economía y negocios "portafolio", revista Cambio, Poder y Dinero.

DIRECCIONES DE INTERNET

www.portafolio.com.co

www.mcgraw-hill-educacion.com

www.gestiopolis.com

www.sht.com.ar

www.books.google.com

www.monografias.com

V. ORGANIZACIÓN / TIEMPOS (De Qué Forma?)

Espacios, Tiempos, Agrupamientos:

1. SEMANAS UNO Y DOS

EL ANÁLISIS Y LA GESTIÓN ESTRATÉGICA

Introducción a la Gestión Estratégica.

El concepto de Servicio.

Modelo general de la gestión estratégica

Matrices de análisis estratégicos.

Diagnóstico estratégico.
La decisión estratégica.
Formulación de estrategias y la Acción Empresarial.

2. SEMANAS TRES Y CUATRO

MERCADEO ESTRATÉGICO DE SERVICIOS

Una visión general.
El mercado de servicios deportivos.
Planeación estratégica en marketing.
Mix y segmentación.
Comercialización y clientes.
Sistemas de información, control y retroalimentación.

3. SEMANAS CINCO Y SEIS

EVALUACION Y RETROALIMENTACION

EVALUACIÓN ECONOMICA DEL SECTOR SERVICIOS

Economía general y peso del Sector Servicios en las variables agregadas.
Que es el Servicio como actividad económica y deportiva.
Relación entre servicios y sector real.

4. SEMANAS SIETE Y OCHO

EVALUACIÓN ECONOMICA DEL SECTOR SERVICIOS

Productividad sectorial y sus determinantes.
Técnicas de medición.
Valoración de impacto y formulación de estrategias desde el ámbito de las unidades deportivas

5. SEMANAS NUEVE Y DIEZ

CALIDAD E INGENIERIA DEL SERVICIO

El servicio: Una nueva cultura.
El cambio: Nuevo paradigma en la organización del servicio al cliente.
El triángulo del servicio.
La cultura organizacional.
El cliente: Características, expectativas y percepción.
La planeación de la estructura organizacional para el servicio.
El empoderamiento en la flexibilidad empresarial.
Decisiones de control: Planeación de las operaciones para la productividad, calidad y confiabilidad.

6. SEMANAS ONCE Y DOCE

GESTION FINANCIERA EN LA PRESTACIÓN DEL SERVICIO.

Estructuras de estados financieros de empresas de servicio – Herramientas de análisis y

diagnósticos.

Determinación, identificación y asignación de costos: Costos fijos y costos variables.

Determinación del costo y el precio de un servicio.

Margen de contribución – punto de equilibrio y proyección de utilidades.

Planeación de liquidez y flujo de caja en proyectos de servicios.

Evaluación financiera en proyectos de servicios (Ampliaciones e Inversiones)

Alternativas de financiación – Mercado financiero.

EVALUACION Y RETROALIMENTACION

7. SEMANAS TRECE Y CATORCE

ETICA EMPRESARIAL

Marco epistemológico: paradigmas, crisis y revoluciones culturales.

Marco ético - económico de la empresa: ética y economía moderna.

La perversidad, la cultura organizacional y sus consecuencias.

Marco ético - económico de la empresa: ética y responsabilidad de la empresa.

Empresa y relaciones con el cliente.

Modelos de educación y de guía al cliente.

Las empresas exitosas y con futuro.

8. SEMANAS QUINCE Y DEICISEIS

LA COMUNICACIÓN CLIENTE – EMPRESA

Comunicación y organización.

El magnetismo del mercado y la dinámica organizacional.

El manejo de interacciones con el cliente.

La imagen del servicio.

La satisfacción de expectativas en los momentos de verdad.

Herramientas cálidas y frías.

Diseño de un plan de comunicaciones para atención y servicio al cliente.

EVALUACION Y RETROALIMENTACION

LIDERAZGO EN EL SERVICIO: COMO LOGRARLO

¿Qué gerenciar en el servicio al cliente?.

Bases para el diseño de un sistema de servicio al cliente de alta calidad.

Estrategias para asegurar un servicio de alta calidad.

La creación de valor: posicionamiento y diferenciación.

La auditoria de la cadena del servicio.

Organización inteligente para el servicio.

La creación de valor: posicionamiento y diferenciación.

8. SEMANAS DIECISIETE Y DIECIOCHO

EXAMEN FINAL, RECUPERACION Y HABILITACIONES.

VI. EVALUACIÓN (Qué, Cuándo, Cómo?)

Se evaluara la habilidad del estudiante para interpretar situaciones y proponer frente a la GERENCIA INTEGRAL Y GESTION PUBLICA deportivo. Se evaluara la claridad en los conceptos y conocimientos de las técnicas administrativas frente a la Gerencia Deportiva. Se evaluara la actitud y el desempeño del estudiante en las diferentes actividades propuestas por el docente, además la disposición y preparación de las exposiciones, así mismo la aplicación de los conocimientos frente al servicio y al deporte.

	TIPO DE EVALUACIÓN	FECHA	PORCENTAJE
PRIMERA NOTA	EXPOSICION		10%
	QUIZ		5%
	PARCIAL		10%
SEGUNDA NOTA	QUIZ		5%
	TALLER DE LECTURA		5%
	EXPOSICIONES		5%
	PARCIAL		10%
TERCE RA NOTA	TALLER DE LECTURA		5%
	EXPOSICIONES		5%
	PARCIAL		10%
EXAM. FINAL	APLICACIÓN EN GERENCIA DEPORTIVA		15%
	EVALUACION ESCRITA		15%

ASPECTOS A EVALUAR DEL CURSO

1. Evaluación del desempeño docente
2. Evaluación de los aprendizajes de los estudiantes en sus dimensiones: individual/grupo, teórica/práctica, oral/escrita.
3. Autoevaluación:
4. Coevaluación del curso: de forma oral entre estudiantes y docente.

JHON EDISSON ALVARADO TORRES

Facultad De Medio Ambiente Y Recursos Naturales

Universidad Distrital Francisco José De Caldas

Bogotá, Colombia

Sede Bosa El Porvenir

Tel: 3200771

admdeportiva@udistrital.edu.co

Firma registrada

Notaria 26, libro 2 de 2008, folio 50 Bogotá D.C.

LUZ MARY LOSADA CALDERON

C.C. 55.058.556 de Garzón

Secretaria Académica

Facultad De Medio Ambiente Y Recursos Naturales