

CORPORACIÓN UNIVERSITARIA REMINGTON – CURRÍCULO DE ASIGNATURA

1. VISIÓN GENERAL

1.1 DATOS GENERALES

Programa: Administración de negocios internacionales.

Asignatura: Prospectiva de los negocios.

Semestre o nivel	No. de créditos	Horas Tutoría	Horas independientes	Total horas
07	3	30	114	144

1.2 INTRODUCCIÓN

Todo profesional, en cualquier nivel que ocupe en la organización, debe distribuir su atención, en mayor o menor medida, entre elementos del presente, a menudo urgentes, y otros que están enfocados en el futuro, cercano o lejano, y que regularmente constituyen la cuestiones importantes de la base sobre la cual reposará la supervivencia y la prosperidad de la organización misma.

Para ello ya se dispone de conceptos y herramientas de pensamiento y gerencia estratégica para generar y utilizar las ventajas competitivas en la construcción de una estrategia poderosa que le permita a las organizaciones participar de forma activa y decidida en ese futuro incierto. La visión como herramienta estratégica ha visto recortado su período de influencia, toda vez que el cambio continuo en los entornos ha limitado la capacidad de acción “desde adentro” que supone una Visión fuerte y asumida por todos los miembros de una organización cualquiera.

La prospectiva es una disciplina que aporta una serie de elementos que le permiten al profesional identificar cuestiones que en futuro lejano serán de importancia crucial para el desempeño de la organización; entendiendo por tanto que prospectiva y estrategia se concentran en la construcción y gestión del futuro pero en ámbitos diferentes y por lo mismo complementarios.

1.3 IMPORTANCIA

CORPORACIÓN UNIVERSITARIA REMINGTON – CURRÍCULO DE ASIGNATURA

La globalización con todas sus facetas, el incremento del comercio, el advenimiento de la tecnología y en general todas las tendencias, en buena medida ya consolidadas, han dado como resultado dos fenómenos vinculados y simultáneos: por un lado las fronteras entre las organizaciones y su entorno son cada vez más difusas mientras que el entorno, ya de por sí complejo e interrelacionado, es cada vez más amplio tanto en sus matices como la zona geográfica que abarca lo que se denominaría “entorno cercano”. Resultado de ello es que la competencia ya no es entre competidores locales sino entre cadenas productivas ubicadas en diferentes regionales del mundo, cada cual con la posibilidad de ofrecer sus productos y servicios en cualquier país.

Con esta amplitud de variables, el largo plazo se torna imposible de gestionar con métodos de inferencia estadística bien por la dificultad de identificar y cuantificar todas las variables o porque su procesamiento demandaría tal cantidad de recursos que su productividad sería inocua. Es así como las herramientas que aporta la prospectiva permiten la pre-construcción de situaciones de futuro en las cuales someter a juicio los planteamientos de las empresas así como el futuro mismo de los negocios en los cuales participan; que es requisito necesario más no suficiente para desarrollar y ejecutar una estrategia proactiva.

1.4 COMPETENCIAS (de egreso)

- Comprende el objeto, alcance y limitaciones de los ejercicios de prospectiva, lo que le permite usar la prospectiva de los negocios como una herramienta para la creación y formulación de estrategias.
- Aplica la metodología básica de prospectiva para plantear estados iniciales posibles, de los futuros viables de los negocios, contruidos a partir de las tendencias actuales.



CORPORACIÓN UNIVERSITARIA REMINGTON – CURRÍCULO DE ASIGNATURA

1.5 OBJETIVOS

1.5.1 OBJETIVO GENERAL

- Aplicar los conceptos y el método básico de la prospectiva de los negocios, priorizando las variables fundamentales y construyendo un modelo de impacto cruzado para la definición de las variables sobre las cuales se planteará la estrategia de la organización.

1.5.2 OBJETIVOS ESPECÍFICOS

- Identificar los fundamentos de la prospectiva para la comprensión del alcance de la construcción de escenarios posibles.
- Utilizar un modelo de impacto cruzado para la formulación de escenarios posibles.
- Aplicar un modelo básico de prospectiva para el suministro de insumos prácticos al proceso de creación y formulación de estrategias.

1.6 REQUISITOS (de ingreso)

Es necesario, para el buen desempeño en la asignatura, que el estudiante disponga de elementos que le permitan aplicar el pensamiento sistémico, así como conocimientos específicos de análisis de entorno, gerencia estratégica, geopolítica y Geoeconomía.

CORPORACIÓN UNIVERSITARIA REMINGTON – CURRÍCULO DE ASIGNATURA

1.7 ESQUEMA

Área		Nivel de Formación		Objetivos			
Global	Específica			General		Específicos	
Administración	Administración de personal		Perceptual		Explorar		Explorar
					Describir	X	Identificar
			Aprehensivo		Comparar		Comparar
					Analizar		Analizar
			Comprensivo		Explicar		Explicar
					Predecir		Predecir
					Proponer	X	Aplicar
		X	Integrativo		Modificar		Modificar
				X	Aplicar		Confirmar
					Evaluar	X	Utilizar
Indicadores Metodológicos							
Propósito de Formación		X	Fundamentación conceptual				
		X	Fundamentación procedimental				
		X	Aplicación en el saber específico				
Competencias a Desarrollar		X	Interpretativas				
		X	Argumentativas				
		X	Propositivas				
Uso del Conocimiento		X	Capacidad para representar				
		X	Capacidad para reconocer equivalencias				
			Capacidad para recordar objetos y sus propiedades				
Uso de Procedimientos			Habilidad y destreza para usar equipos				
		X	Habilidad y destreza para usar procedimientos de rutina				
		X	Habilidad y destreza para usar procedimientos complejos				

CORPORACIÓN UNIVERSITARIA REMINGTON – CURRÍCULO DE ASIGNATURA**2 UNIDADES****2.1 UNIDAD 1 FUNDAMENTOS DE PROSPECTIVA**

- **Tema 1 Definición de prospectiva y terminología básica.**

Entender las definiciones y el alcance de la prospectiva como disciplina permite ubicarla dentro del grupo de herramientas administrativas que los profesionales tienen a disposición para la gestión estratégica.

- **Tema 2 Métodos de análisis y planteamiento de situaciones futuras.**

Existen desde el surgimiento de la prospectiva varias tendencias que se identifican en cuanto al método, las variables que contemplan y el alcance que se obtiene con cada corriente identificada.

- **Tema 3 Corrientes de prospectiva.**

Existen diferentes corrientes en prospectiva que se caracterizan por las variables que tienen en cuenta y el tratamiento que les dan para plantear los diferentes futuros posibles.

2.2 UNIDAD 2 CONSTRUCCIÓN DE ESCENARIOS CON UN MODELO DE IMPACTO CRUZADO

- **Tema 1 Priorización de las variables para la construcción de escenarios posibles**

Guía de realización de un ejercicio de selección y priorización de las variables determinantes para la construcción de escenarios posibles para un negocio u organización en particular.

- **Tema 2 Análisis de impacto cruzado.**

El análisis de motricidad y dependencia de las variables críticas es una labor esencial para la construcción de escenarios para un negocio u organización en particular.

CORPORACIÓN UNIVERSITARIA REMINGTON – CURRÍCULO DE ASIGNATURA

- **Tema 3 Formulación básica de escenarios posibles.**

Las alternativas futuras, viables y posibles, de las variables altamente motrices constituyen la base para una formulación de escenarios posibles de manera que se puedan elaborar descripciones coherentes y estructuradas.

2.3 UNIDAD 3 PROSPECTIVA Y ESTRATEGIA

- **Tema 1 Alcance de la prospectiva y la estrategia.**

Prospectiva y estrategia tiene en común en que ambas tratan el tema del futuro y las organizaciones, pero difieren en el alcance, la forma de análisis y en particular los productos para uso por parte de los profesionales.

- **Tema 2 Prospectiva como insumo estratégico.**

El resultado de los ejercicios de prospectiva se deben caracterizar por su condición neutra desde la perspectiva de quienes hacen su formulación, si bien se contemplan dentro del planteamiento de escenarios aquellos que sean más deseables. Le corresponde a la gestión estratégica tomar dicho resultado como insumo para allanar el camino de la acción empresarial para alcanzar esos estados deseables.

3 RESUMEN

3.1 RELACIÓN CON OTROS TEMAS

La gerencia estratégica constituye un conjunto de métodos y herramientas disponibles para que los gerentes y profesionales promuevan, con la participación de la organización en pleno, el camino para lograr los objetivos y estados deseables. La geopolítica y la Geoeconomía proporcionan no solo una visión integral de la situación mundial, en medio de procesos continuos e inevitables de globalización, sino también un contexto con el cual se puede entender cómo interactúan organizaciones y estados para alcanzar estados deseables.

La econometría de los negocios pretende proyectar estados futuros en los cuales entender y desarrollar la gestión empresarial sin embargo su exactitud

CORPORACIÓN UNIVERSITARIA REMINGTON – CURRÍCULO DE ASIGNATURA

de ve reducida en la medida que intervengan más variables en un horizonte cada vez más amplio. El pensamiento estratégico, y particularmente la visión empresarial proporcionan una herramienta para describir el estado futuro deseable pero poco sirven para describir el camino para llegar a él.

En conjunto estas disciplinas suministran a los profesionales un conjunto de herramientas necesarias para establecer el estado futuro factible y deseable además de mostrar el conjunto de acciones necesarias para lograrlo.

3.2 FUENTES

3.2.1 Fuentes bibliográficas

- Bas, E. (2008): *Prospectiva. Cómo usar el pensamiento sobre el futuro*. Barcelona. Editorial Ariel S.A. ISBN: 978-84-344-4257-3.
- Libro gratuito con vista previa en:
http://books.google.com.co/books?id=qO23z9Z_BdAC&printsec=frontcover&hl=es&source=gbv_atb#v=onepage&q&f=false
- Godet, M. (1999): *De la anticipación a la acción. Manual de prospectiva y estrategia*. Bogotá. Alfaomega S.A. ISBN: 970-15-0028-8.

3.2.2 Fuentes digitales o electrónicas

- Borrego, D. (1 de Junio de 2010). *Que es la matriz BCG*. Recuperado el 18 de Noviembre de 2011, de Herramientas para PYMES:
<http://www.herramientasparapymes.com/que-es-la-matriz-bcg-boston-consulting-group>
- CIVICUS. (s.f.). *Planificación Estratégica*. Recuperado el 17 de Noviembre de 2011, de
<http://www.civicus.org/new/media/Planificacion%20strategica.pdf>
- Cortez Galindo, R. (s.f.). *Entorno de mercadotecnia*. Recuperado el 14 de Noviembre de 2011, de Monografias:
<http://www.monografias.com/trabajos30/entorno-mercadotecnia/entorno-mercadotecnia.shtml>



CORPORACIÓN UNIVERSITARIA REMINGTON – CURRÍCULO DE ASIGNATURA

- Emprendedor.com. (s.f.). *Resumen del artículo: Que es la estrategia*. Recuperado el 17 de Noviembre de 2011, de <http://www.emprendedor.com/portal/content/view/328/26/>
- Global, A. (s.f.). *Prospectiva: Análisis Estructural*. Recuperado el 15 de Noviembre de 2011, de <http://www.youtube.com/watch?v=3yxprKpWnVI&feature=related>
- Gobal, A. (s.f.). *Prospectiva*. Recuperado el 13 de Noviembre de 2011, de You Tube: <http://www.youtube.com/watch?v=S0Z1ZEMyMlk>
- Gómez Baringa, J. C. (07 de Abril de 2011). *You Tube*. Recuperado el 17 de Noviembre de 2011, de Observatorio Prospectivo UCES: <http://www.youtube.com/watch?v=uPmkRJS0bS0>
- Mintzberg, H., Lampel, J., & Ahlstrand, B. (1998). La estrategia y el elefante. *Gestión 4*, 3, p 24-34, 10p.
- Mojica, F. J. (s.f.). *El futuro posible*. Recuperado el 13 de Noviembre de 2011, de WizIq: <http://www.wiziq.com/tutorial/8179-El-futuro-posible>.
- Núñez Zúñiga, R. (2005). *Coordinación de Publicaciones*. Recuperado el 14 de Noviembre de 2011, de Universidad Autónoma de México: <http://www.economia.unam.mx/publicaciones/carta/03.html>
- Real Academia de la Lengua Española. (2009). *RAE*. Recuperado el 15 de Noviembre de 2011, de <http://buscon.rae.es/draeI/>
- Ronda Pupo, G. (s.f.). *Análisis estratégico. Elementos a tener en cuenta*. Recuperado el 14 de Noviembre de 2011, de Gestipolis: <http://www.gestipolis.com/canales/gerencial/articulos/37/diagnos1.htm>
- Sobejano, J. (19 de Octubre de 2011). *La innovación disruptiva*. Recuperado el 17 de Noviembre de 2011, de juansobejano.com:



CORPORACIÓN UNIVERSITARIA REMINGTON – CURRÍCULO DE ASIGNATURA

<http://www.juansobejano.com/2011/10/19/la-innovacion-disruptiva/#comment-4053>

- Universidad Juan Carlos Mariategui. (s.f.). *Las tres estrategia genéricas de Porter*. Recuperado el 18 de Noviembre de 2011, de ujcm.edu.pe: http://www.ujcm.edu.pe/bv/links/cur_comercial/EstraMarkEmpresarial-4.pdf
- Universidad Nacional de Colombia. (s.f.). *Dirección Nacional de Servicios Académicos Virtuales*. Recuperado el 14 de Noviembre de 2011, de <http://www.virtual.unal.edu.co/cursos/economicas/2001078/index.html>
- Univesidad Nacional de Colombia. (s.f.). *Dirección Nacional de Servicios Académicos Virtuales*. Recuperado el 17 de Noviembre de 2011, de Que es estrategia: <http://www.virtual.unal.edu.co/cursos/economicas/2008551/lecciones/cap1-4-2.htm>
- Youtube. (s.f.). *Prospectiva*. Recuperado el 15 de Noviembre de 2011, de YouTube: <http://www.youtube.com/watch?v=6AHD-q4pFsk&feature=relate>

4 METODOLOGÍA

4.1 PRESENCIAL

Teniendo en cuenta el método conductista, el cual se basa en el estímulo – respuesta, es decir el verdadero aprendizaje se da cuando se muestra la respuesta adecuada. Para el desarrollo de esta asignatura es necesario como herramienta principal la sala de computo, donde cada uno de los estudiantes tendrá acceso a la aplicación administrativa (Ofimática) y mediante la clase magistral el docente podrá enseñar a sus estudiantes los diferentes conceptos aplicativos, sobre este tipo de software, y podrá conducir un verdadero aprendizaje significativo, en el cual la aplicación permita facilitar y agilizar los diferentes procesos administrativos de una empresa (ya sea de tipo comercial,

Corporación Universitaria Remington - Calle 51 51-27 Conmutador 5111000 Ext. 2701 Fax: 5137892. Edificio Remington

Página Web: www.remington.edu.co - Medellín - Colombia



CORPORACIÓN UNIVERSITARIA REMINGTON – CURRÍCULO DE ASIGNATURA

industrial o de servicios) y se pueda mostrar como cumplir con los requerimientos que la ley exige en este tipo de procesos.

Dentro de las estrategias didácticas, el docente entregará a los estudiantes diferentes ejercicios de aplicación práctica, los cuales están enfocados en la sistematización de compras, ventas, pagos o abonos, descuentos y devoluciones en una empresa, iniciando desde el proceso inicial de instalación y finalizando en la generación de informes que satisfacen las necesidades de la parte administrativa, comercial y tributaria de la empresa.

4.2 DISTANCIA

Los medios

Textos: que se encuentran bien definidos en la bibliografía sugerida por el curso y algunos módulos que serán elaborados por los docentes de cada curso.

Enlaces Bibliográficos: En los módulos normalmente aparecen varios nombres de textos, con sus correspondientes autores, mediante los cuales se puede complementar la información. Adicionalmente existen unas referencias bibliográficas extraídas de internet.

Guías de actividades: Cada profesor diseña el plan de la signatura, mediante el cual se articulan las temáticas y los tiempos, de tal forma que se dé respuesta al proceso de formación con base en créditos académicos.

Tecnológicos: se utilizan los recursos audiovisuales que posea el Centro de Atención Tutorial para ver información en video, audio o virtual.

Salas de computador: de acuerdo a la asignatura.

Las mediaciones

Las mediaciones establecidas en La Corporación Universitaria Remington, para el desarrollo de los procesos de aprendizaje a distancia son las siguientes:

Tutoría Presencial: Es la mediación más importante en el proceso dadas varias razones entre ellas lo significativos que esta es para los alumnos y profesores sin pretender conservar la naturaleza de programa presencial ni semi-escolarizado, dado que los tiempos de todas maneras se reducen comparativamente.



CORPORACIÓN UNIVERSITARIA REMINGTON – CURRÍCULO DE ASIGNATURA

Tutoría Virtual: Esta mediación articula medios como el computador y la plataforma, de tal manera que esta herramienta sea funcional y efectiva. Para la aplicación de esta mediación se pone a disposición de los tutores las salas de cómputo para su comunicación en estudiantes, orientando y controlando la dirección académica y administrativa de la escuela de educación a distancia. Este tipo de tutoría será puntual y pactada entre estudiantes y tutor, dado que nuestra modalidad es a distancia y no virtual, esto será solo una herramienta de apoyo.

5 EVALUACIÓN

El proceso de evaluación, tiene como propósito principal la aprehensión del conocimiento, por esto es relevante el concepto previo con que llegan nuestros aprendices, para al finalizar la asignatura poder medir los conocimientos con los que han logrado culminar y las competencias que desarrolló que le permitirán ser aplicadas en su vida laboral y personal.

Cumpliendo con los parámetros de evaluación de la Corporación Universitaria Remington, debemos tener muy en cuenta la autoevaluación y coevaluación, es por esto que del 100% de la evaluación esta corresponde al 10%.

MOMENTO EVALUATIVO	PORCENTAJE	TIPO DE EVALUACIÓN
Primer parcial:	20%	Examen de autoevaluación o informe de lectura a partir de una temática determinada.
Segundo parcial:	20%	Elaboración de un informe que dé cuenta del proceso y el resultado en la construcción de escenarios básicos para un caso particular.
Seguimiento:	30%	Talleres y ensayos de la temática del curso aplicada a un caso particular.
Co evaluación:	10%	Actitud y aptitud frente a la asignatura.
Final:	20%	Examen, ensayo final o exposición sobre la construcción de escenarios básicos y su aplicación en la formulación y creación de estrategia para un caso particular.

CORPORACIÓN UNIVERSITARIA REMINGTON – CURRÍCULO DE ASIGNATURA

El promedio aritmético de las calificaciones obtenidas en los procesos evaluativos señalados, dará el resultado definitivo del desempeño académico de la asignatura.

