

Sinopsis de asignatura del Programa del Diploma del Bachillerato Internacional

Individuos y Sociedades:

Gestión Empresarial (Nivel Superior)

Primera evaluación: 2016 – Última evaluación: 2022

El Programa del Diploma (PD) del IB, destinado a jóvenes de 16 a 19 años, es un programa educativo riguroso y equilibrado que constituye una excelente preparación para la universidad y la vida adulta. El PD aspira a formar alumnos informados y con espíritu indagador, a la vez que solidarios y sensibles a las necesidades de los demás, y fomenta el desarrollo del entendimiento intercultural y una mentalidad abierta, así como las actitudes necesarias para respetar y evaluar distintos puntos de vista. Los enfoques de la enseñanza y el aprendizaje en el PD son las estrategias, habilidades y actitudes deliberadas que permean el entorno de enseñanza y aprendizaje. En el PD, los alumnos desarrollan habilidades de Enfoques del aprendizaje de cinco categorías: habilidades de pensamiento, de investigación, sociales, de autogestión y de comunicación.

Para garantizar la amplitud y la profundidad de los conocimientos y la comprensión, los alumnos deben elegir al menos una asignatura de cada grupo del 1 al 5: 1) la lengua que mejor dominan; 2) una o varias lenguas adicionales; 3) ciencias sociales; 4) ciencias experimentales; y 5) matemáticas. Además de estas, los alumnos estudian una sexta asignatura que puede ser del Grupo 6 (Artes) o de cualquiera de los grupos del 1 al 5. Los alumnos deben cursar tres o cuatro asignaturas de Nivel Superior (con 240 horas lectivas recomendadas) y el resto de Nivel Medio (con 150 horas lectivas recomendadas). El programa cuenta además con tres componentes troncales (la Monografía, Teoría del Conocimiento, y Creatividad, Actividad y Servicio), que constituyen el eje central de su filosofía.

Las sinopsis de las asignaturas del PD del IB presentan cuatro componentes fundamentales de los cursos:

I. Descripción del curso y objetivos generales
II. Descripción del modelo curricular

III. Modelo de evaluación
IV. Ejemplos de preguntas de examen



I. Descripción del curso y objetivos generales

El curso de Gestión Empresarial ha sido concebido para desarrollar en los alumnos los conocimientos y la comprensión necesarios de las teorías de gestión empresarial, así como también su capacidad de aplicar diversas herramientas y técnicas. Los alumnos aprenden a analizar, discutir y evaluar las actividades empresariales en los ámbitos local, nacional e internacional. El curso abarca un espectro de organizaciones de todos los sectores, junto con los contextos socioculturales y económicos en que estas organizaciones operan.

El curso cubre las características fundamentales de la organización y el entorno empresarial, además de las funciones de operación de la empresa, como las de gestión de recursos humanos, finanzas y contabilidad, marketing, y gestión de operaciones. Los vínculos entre los distintos temas son un elemento esencial de este curso. A través de la exploración de los seis conceptos en que se basa la asignatura (cambio, cultura, ética, globalización, innovación y estrategia), el curso permite a los alumnos desarrollar una comprensión holística del complejo y dinámico entorno empresarial actual. El aprendizaje conceptual está firmemente enraizado en las teorías, herramientas y técnicas de la gestión empresarial, y contextualizado con estudios de caso y ejemplos reales.

El curso promueve la apreciación de preocupaciones éticas, tanto en el entorno local como mundial. Tiene como objetivo general el desarrollo de habilidades pertinentes que se pueden transferir, como la capacidad de aplicar un pensamiento crítico; de tomar decisiones con solidez ética y fundamentos válidos; de apreciar el ritmo, la naturaleza y la significación del cambio; de pensar estratégicamente; y de emprender procesos de planificación, análisis y evaluación a largo plazo. A lo largo del curso, también se desarrollan habilidades específicas de la asignatura, como el análisis financiero.

Los objetivos generales del curso de Gestión Empresarial del NS y el NM son:

1. Promover una visión holística del mundo de los negocios
2. Dar al alumno las herramientas para ejercer el pensamiento crítico y estratégico en relación con el comportamiento de los individuos y las organizaciones
3. Promover la importancia de explorar los temas empresariales desde distintas perspectivas culturales
4. Capacitar al alumno para apreciar la naturaleza y la importancia del cambio en los contextos local, regional y mundial
5. Promover la toma de conciencia de la importancia de los factores ambientales, sociales y éticos que intervienen en las acciones de los individuos y las organizaciones
6. Desarrollar una comprensión de la importancia de la innovación en un entorno empresarial

II. Descripción del modelo curricular

Componente	Horas lectivas recomendadas
Unidad 1: Organización y entorno empresarial 1.1 Introducción a la gestión empresarial 1.2 Tipos de organizaciones 1.3 Objetivos organizacionales 1.4 Grupos de interés 1.5 Entorno externo 1.6 Crecimiento y evolución 1.7 Herramientas de planificación organizacional	50
Unidad 2: Gestión de recursos humanos 2.1 Funciones y evolución de la gestión de recursos humanos 2.2 Estructura organizacional 2.3 Liderazgo y gestión 2.4 Motivación 2.5 Cultura organizativa (cultura corporativa) 2.6 Relaciones industriales/entre empleadores y empleados	30
Unidad 3: Contabilidad y finanzas 3.1 Fuentes de financiamiento 3.2 Costos e ingresos 3.3 Análisis del punto de equilibrio 3.4 Estados financieros al cierre de un ejercicio 3.5 Análisis de índices de rentabilidad y liquidez 3.6 Análisis de índices de eficiencia 3.7 Flujo de caja 3.8 Evaluación de inversiones 3.9 Presupuestos	50
Unidad 4: Marketing 4.1 La función del marketing 4.2 Planificación de marketing (con introducción a las cuatro P) 4.3 Pronósticos de ventas 4.4 Estudios de mercado 4.5 Las cuatro P (producto, precio, promoción, plaza) 4.6 La mezcla ampliada de marketing de las siete P 4.7 Marketing internacional 4.8 Comercio electrónico	50
Unidad 5: Gestión de operaciones 5.1 La función de la gestión de operaciones 5.2 Métodos de producción 5.3 Producción ajustada y gestión de la calidad 5.4 Ubicación 5.5 Planificación de la producción 5.6 Investigación y desarrollo 5.7 Gestión de crisis y planificación para contingencias	30
Evaluación interna	30

III. Modelo de evaluación

Al terminar el curso de Gestión Empresarial del NS, se espera que los alumnos alcancen los siguientes objetivos de evaluación.

1. Demostrar conocimiento y comprensión de:
 - Las herramientas, técnicas y teorías de gestión empresarial especificadas en el contenido del programa de estudios
 - Los seis conceptos en que se basa la asignatura
 - Los problemas, temas y decisiones reales en el ámbito empresarial
 - Los temas de ampliación del NS
2. Demostrar capacidad de aplicación y análisis de:
 - Conocimientos y habilidades necesarios para diversas situaciones reales o hipotéticas del mundo de los negocios
 - Decisiones empresariales, explicando las cuestiones en juego, seleccionando e interpretando datos, y aplicando herramientas, técnicas, teorías y conceptos apropiados
 - Los temas de ampliación del NS
3. Demostrar capacidad de síntesis y evaluación de:
 - Estrategias y prácticas empresariales, dando muestras de ejercer un pensamiento crítico
 - Decisiones empresariales y formulación de recomendaciones
 - Los temas de ampliación del NS
4. Demostrar diversas habilidades apropiadas para:
 - Elaborar un escrito bien estructurado, utilizando la terminología empresarial adecuada
 - Seleccionar y utilizar herramientas, técnicas y métodos empresariales, cuantitativos y cualitativos
 - Seleccionar y utilizar material empresarial de diversas fuentes primarias y secundarias

Resumen de la evaluación

Tipo	Formato	Duración (horas)	Porcentaje de la nota final (%)
Externa		4,5	75
Prueba 1	Preguntas estructuradas y de respuesta larga	2,25	35
Prueba 2	Preguntas estructuradas y de respuesta larga	2,25	40
Interna		30	25
Proyecto de investigación	Los alumnos investigan e informan sobre una cuestión que debe resolver una organización o sobre una decisión que deben tomar una o varias organizaciones. Máximo: 2.000 palabras.	30	25

IV. Ejemplos de preguntas de examen

- Analice si una estrategia de determinación de precios sobre la base de los costos más margen es apropiada para los medicamentos de *B-Pharma*.
- Evalúe la eficacia del estilo de liderazgo democrático de los socios de *Hands*.
- Con relación a una o dos organizaciones que haya estudiado, discuta las posibles diferencias entre las estrategias de marketing para dos culturas con las que esté familiarizado.

Acerca del IB: Durante más de 40 años, el IB se ha forjado una reputación por sus programas educativos estimulantes, exigentes y de calidad que forman jóvenes con mentalidad internacional y los preparan para afrontar los desafíos de la vida del siglo XXI y para contribuir a crear un mundo mejor y más pacífico.

Para obtener más información sobre el Programa del Diploma del IB y ver una lista completa de sinopsis de las asignaturas del programa, visite <http://www.ibo.org/es/diploma/>.

Las guías completas de las asignaturas se pueden consultar en el Centro pedagógico en línea (CPEL) del IB o se pueden adquirir en la tienda virtual del IB: <http://store.ibo.org>.

Para saber más acerca de cómo el PD prepara a los alumnos para la universidad, visite www.ibo.org/es/recognition o envíe un correo electrónico a recognition@ibo.org.