



UAEM

Universidad Autónoma
del Estado de México

FACULTAD DE ECONOMÍA



Maestría en Creación y Estrategias de Negocios

Líneas de Generación y Aplicación del Conocimiento

Las Líneas de Generación y Aplicación del Conocimiento (LGAC) se definen como el “campo temático en el cual confluyen las trayectorias de investigaciones de los profesores que integran el Núcleo Académico Básico de un programa de posgrado y el trabajo de los estudiantes desde una perspectiva sistemática de generación de nuevo conocimiento, o aplicación. Las LGAC son las que definen la naturaleza del programa” (CONACyT, 2013a: 59).

Para la Maestría en Creación y Estrategias de Negocios se propone las siguientes Líneas de Generación y Aplicación del Conocimiento:

Nombre de la LGAC	Objetivo
Administración de las organizaciones y economía del conocimiento.	Analizar el proceso y los elementos de la administración de las organizaciones, de los negocios y de las PYMES con base en la economía del conocimiento y su efecto en la eficiencia y eficacia organizacionales, en el crecimiento organizacional, y en el crecimiento económico. Así como con el análisis de los activos intangibles tales como el conocimiento, las habilidades, y el potencial innovador como recursos clave de ventaja competitiva.
Evaluación económica, modelos y métodos cuantitativos.	Explicar los procesos de evaluación y uso de modelos y métodos cuantitativos de las organizaciones, de los negocios y de las PYMES.
Finanzas corporativas y estadística aplicada.	Emplear los procesos financieros corporativos y la utilización de técnicas estadísticas en el análisis económico y financiero de las organizaciones, de los negocios y de las PYMES.
Economía empresarial, alta dirección y planeación estratégica.	Interpretar el entorno global mediante el análisis económico empresarial, el desarrollo de planes estratégicos y el manejo de escenarios de alta dirección de las organizaciones, de los negocios y de las PYMES.





UAEM

Universidad Autónoma
del Estado de México

FACULTAD DE ECONOMÍA



Maestría en Creación y Estrategias de Negocios

UNIDADES DE APRENDIZAJE

Unidad de Aprendizaje:	Diseño del plan y creación de negocios
-------------------------------	---

Periodo lectivo	Horas totales	Horas Teóricas	Horas Prácticas	Créditos
1	4	2	2	6

Área:	Disciplinaria
-------	---------------

Unidades de Aprendizaje Antecedentes	Unidades de Aprendizaje Consecuentes
Ninguna	Ninguna

Fecha de elaboración: Mayo, 2014	Elaboró: M. Claudia Yolanda Albarrán Olvera Dra. Rosa Azalea Canales García M. Verónica Ángeles Morales
-------------------------------------	--

Objetivo general:

Desarrollar un plan de negocio identificando las oportunidades de negocios en un contexto global, a partir de los estudios que determinen su factibilidad y viabilidad, utilizando las técnicas apropiadas para garantizar el éxito del mismo, y considerando la información pertinente para su operación y/o comercialización; deberá ser una propuesta de una organización que contribuya a la transformación económica y social y que, preferentemente, complemente economías de escala.

Contenido Temático:

Unidad 1 Identificación del negocio y análisis cuantitativo y cualitativo.

- 1.1 Negocios y empresas que complementan economías de escala y su inserción en el sector productivo.
- 1.2 Definición del proyecto, tipos de proyecto, razones para invertir, y proceso de preparación del mismo.
- 1.3 Identificación y análisis del concepto de plan de negocios.
- 1.4 Características generales del negocio a emprender, y Análisis FODA.
- 1.5 Investigación cuantitativa y cualitativa de mercado (incluyendo investigación de la competencia) y estrategia de mercadotecnia (de producto, precio, promoción, canales de distribución, políticas y plan de mercadotecnia).

Unidad 2 Estudio Técnico y de Impacto Ambiental.

- 2.1 Descripción técnica del producto, diagrama del proceso de producción y normas de calidad.
- 2.2 Determinación del tamaño de planta, y localización considerando el entorno macro, micro y las normas técnicas aplicables a la construcción.
- 2.3 Maquinaria, equipamiento, materias primas y materiales y determinación de costos de



UAEM

Universidad Autónoma
del Estado de México

FACULTAD DE ECONOMÍA



Maestría en Creación y Estrategias de Negocios

producción y de gastos de operación.

2.4 Estudio de impacto ambiental (normatividad de impacto ambiental, proceso de elaboración de estudio de impacto ambiental, estudio de impacto ambiental).

Unidad 3 Diseño Organizacional, marco legal y fiscal

3.1 Diseño organizacional del negocio (identificación de la misión, visión, objetivos y valores de la organización y organigrama de la empresa).

3.2 Descripción de las funciones específicas por área e identificación de empleos directos e indirectos a crearse.

3.3 Definición de la estructura legal de la empresa y régimen fiscal del negocio

3.4 Identificación de dependencias u organismos competentes para registrar la apertura de una empresa y Registro de marcas y patentes.

Unidad 4 Estudio Económico-Financiero

4.1 Costo de inversión en maquinaria y equipo y costo de fabricación del producto.

4.2 Depreciación y amortización de la inversión fija y cronograma de inversiones e instalación.

4.3 Presupuestos de producción y de ventas y determinación del capital de trabajo.

4.4 Determinación del punto de equilibrio o producción mínima.

Unidad 5 Evaluación social del proyecto

5.1 Cálculo del valor presente neto (VPN) y de la tasa interna de rendimiento (TIR) con y sin financiamiento.

5.2 Análisis de sensibilidad.

5.3 Determinación de los impactos sociales y la contribución social del proyecto.

Actividades de aprendizaje:

- Elaboración de un plan de negocios que será calificado por equipo.
- Exposición y evaluación de los estudios integradores del plan de negocio por equipo.
- Se deberán entregar reportes escritos en cada unidad, y que incluyan la aplicación práctica de los conceptos teóricos y el uso de referencias bibliográficas.
- Presentación del resumen ejecutivo del plan de negocios por equipo.

Procedimiento de Evaluación:

Producto de evaluación	Porcentaje
Diseño de un plan de negocios	60%
Exposición y evaluación	20%
Reportes escritos	20%





UAEM

Universidad Autónoma
del Estado de México

FACULTAD DE ECONOMÍA



Maestría en Creación y Estrategias de Negocios

Bibliografía

- Anzola, S. (2006). *Administración de Pequeñas Empresas*. México: Mc Graw Hill.
- Baca, G. (2005). *Evaluación de Proyectos*. México: Mc Graw Hill.
- Balanko, G. (2007). *Cómo Preparar un Plan de Negocios Exitoso*. México: Mc Graw-Hill Interamericana.
- Banco Nacional de Comercio Exterior (2003). *Plan de Negocios para Proyectos de Exportación (Planex), Textos y Ejercicios*. México: Banco Nacional de Comercio Exterior.
- Cohen, K., Asín, E. (2005). *Sistemas de Información Para los Negocios*. México: Mc Graw Hill.
- Delers, A. (2015). *Business plan checklist*. USA: 50Minutes.
- Duron, C. (2006). *El Plan de Negocios para la Industria Restaurantera*. México: Trillas.
- Finch, B. (2002). *Cómo Desarrollar un Plan de Negocios*. España: GEDISA.
- Friend, G. & Zehle, S. (2010). *Guide to business planning*. Italia: Legoprint.
- Fred, D. (2003). *Conceptos de Administración Estratégica*. México: Pearson Educación.
- González, F. (2012). *Creación de empresas: Guía del emprendedor*. España: Pirámide.
- Hernández, A. (2005). *Formulación y Evaluación de Proyectos de Inversión*. México: Thomson Corporation.
- Hingston, P. (2002). *Inicie su Negocio (Guías de Negocios)*. México: Prentice Hall.
- Muñiz, L. (2010). *Guía práctica para mejorar un Plan de Negocio*. España: Profit Editorial.
- Pedraza, O. (2014). *Modelo del plan de negocios*. México: Grupo Editorial Patria.
- Pinson, L. (2008). *Anatomy of a business plan*. USA: Out of your mind.
- Rajadell, M. (2009). *Creación de empresas*. España: Edicions de la Universitat Politecnica de Catalunya.
- Artículos científicos específicos de los temas. Se sugieren artículos de revistas científicas de alto impacto publicados en JCR (ISI-Thomson Reuters), Scopus, entre otros.





UAEM

Universidad Autónoma
del Estado de México

FACULTAD DE ECONOMÍA



Maestría en Creación y Estrategias de Negocios

Unidad de Aprendizaje:	Entorno global y planeación estratégica en las organizaciones
------------------------	---

Periodo lectivo	Horas totales	Horas Teóricas	Horas Prácticas	Créditos
2	4	2	2	6

Área:	Disciplinaria
-------	---------------

Unidades de Aprendizaje Antecedentes	Unidades de Aprendizaje Consecuentes
Ninguna	Ninguna

Fecha de elaboración: Febrero, 2015	Elaboró: Dra. Rosa Azalea Canales García M. Yolanda Albarrán Olvera M. Rafael Juárez Toledo
--	--

Objetivo general:

Analizar el entorno global, así como los conceptos y herramientas proporcionadas por la planeación estratégica.

Contenido Temático:

Unidad 1 Factores de cambio en el entorno y planeación estratégica.

- 1.1 Factores de cambio en el entorno global y revolución tecnológica.
- 1.2 Generalidades sobre planeación y estrategia de la empresa.
- 1.3 Cambios en el entorno de actuación de los negocios, las organizaciones y las PyMe mediante la planeación estratégica.

Unidad 2 Planeación estratégica y elaboración de escenarios.

- 2.1 Planeación estratégica-táctica operativa.
- 2.2 Planeación estratégica en negocios y empresas que complementan economías de escala.
- 2.3 Análisis del sector, análisis de productos y mercados; análisis de inventario y selección.
- 2.4 Diseño de planeación estratégica.

Unidad 3 Elaboración de planes de acción y evaluación del sistema de planeación estratégica.

- 3.1 Concepto, objetivos y formulación de planes de acción.
- 3.2 Elaboración de un plan de acción de producción, de finanzas y de personal.
- 3.3 Concepto e importancia de la evaluación de sistemas de planeación estratégica.





Maestría en Creación y Estrategias de Negocios

3.4 Evaluación selectiva continua de partes del plan estratégico que requieren atención.

Unidad 4 Estrategias de cooperación con el entorno y liderazgo estratégico.

4.1 Alianzas estratégicas, cooperación de los negocios, cooperación en red y cooperación de las corporaciones.

4.2 Riegos y beneficios derivados de las estrategias de cooperación en el entorno global.

4.3 Definición, características e importancia del liderazgo estratégico.

Actividades de aprendizaje:

- Lecturas, exposiciones, ejercicios prácticos, revisión de casos.
- Elaboración de un examen de carácter comprensivo que implique la búsqueda y selección de información, mediante el cual los estudiantes puedan utilizar los conceptos vertidos en clase.
- Proponer la solución de ejercicios extra clase basados en controles de lectura y cuestionarios para el uso de la bibliografía. En cada caso se deberá entregar un reporte escrito que contenga: portada, resumen y palabras clave, introducción, contenido, reflexiones, bibliografía y anexos, la extensión dependerá del criterio del profesor.
- Elaboración de casos prácticos de planeación estratégica y su exposición en sesiones de 30 minutos y por equipo. Las presentaciones deberán seguir una serie de actividades: Presentación general y propósito, estructura de la presentación, temas, reflexiones, fuentes consultadas.

Procedimiento de Evaluación:

Producto de evaluación	Porcentaje
Examen escrito	20%
Exposiciones	30%
Trabajo práctico	50%

Bibliografía

Fernández, A. (2004). *Dirección y planificación estratégicas en las empresas y las organizaciones*. España: Díaz de Santos

Hitt, M., Ireland, R. & Hoskisson, R. (2004). *Administración Estratégica. Competitividad y Conceptos de Globalización*. Argentina: Thompson.

Huamán, L. & Rios, F. (2015). *Metodologías para implantar la estrategia: diseño organizacional de la empresa*. Perú: Universidad Peruana de Ciencias Aplicadas



UAEM

Universidad Autónoma
del Estado de México

FACULTAD DE ECONOMÍA



Maestría en Creación y Estrategias de Negocios

Ilundáin, J. (2001). *Factores de cambio en el entorno. Algunas orientaciones de la empresa*. España: ESIC.

Katsioloudes, M. (2009). *Strategic Management*. USA: Routledge.

Katsioloudes, M. (2012). *Global Strategic Planning*. USA: Routledge.

Matilla, K. (2008). *Los modelos de la planificación estratégica en la teoría de las Relaciones Públicas*. España: Editorial UOC

Mintzberg, H., Brian, J. & Ghoshal, S. (2002). *El proceso estratégico*. España: Prentice Hall

Rodríguez, J. (2005). *Como aplicar la planeación estratégica a la pequeña y mediana empresa*. México: CENAGE Learning

Sainz de Vicuña, J. (2010). *El plan estratégico en la práctica*. España: ESIC Editorial.

Artículos científicos específicos de los temas. Se sugieren artículos de revistas científicas de alto impacto publicados en JCR (ISI-Thomson Reuters), Scopus, entre otros.





UAEM

Universidad Autónoma
del Estado de México

FACULTAD DE ECONOMÍA



Maestría en Creación y Estrategias de Negocios

Unidad de Aprendizaje:	Economía empresarial y manejo de escenarios			
------------------------	---	--	--	--

Periodo lectivo	Horas totales	Horas Teóricas	Horas Prácticas	Créditos
3	4	2	2	6

Área:	Disciplinaria
-------	---------------

Unidades de Aprendizaje Antecedentes	Unidades de Aprendizaje Consecuentes
Ninguna	Ninguna

Fecha de elaboración: Enero, 2015	Elaboró: Dra. Rosa Azalea Canales García M. Yolanda Albarrán Olvera Dra. Lidia Elena Carvajal Gutiérrez
--------------------------------------	--

Objetivo general:

Proveer al alumno un acervo de conocimiento sobre cuestiones relacionadas con la economía, en particular respecto al análisis microeconómico, a través de la aplicación de herramientas microeconómicas para analizar las opciones económicas enfrentadas por la empresa y establecerá reglas de decisión para la consecución de los objetivos de la misma.

Contenido Temático:

Unidad 1 Conceptos y principios fundamentales de economía

- 1.1 Los fundamentos de la economía de la empresa.
- 1.2 Oferta y Demanda.
- 1.3 Análisis cuantitativo de la demanda.

Unidad 2 Teoría del consumidor

- 2.1 Curvas de indiferencia y relación marginal de sustitución.
- 2.2 Funciones de utilidad.
- 2.3 Restricción presupuestal.
- 2.4 Óptimo del consumidor y construcción de la curva de demanda del consumidor.

Unidad 3 Teoría del productor

- 3.1 Función de producción con uno y dos insumos variables.
- 3.2 Etapas de la producción.
- 3.3 Maximización de la producción.
- 3.4 Costos a corto y largo plazo.



UAEM

Universidad Autónoma
del Estado de México

FACULTAD DE ECONOMÍA



Maestría en Creación y Estrategias de Negocios

Unidad 4 Estructura de mercado

- 4.1 La naturaleza de la industria
- 4.2 La gestión en mercados competitivos, monopólicos y monopolícamente competitivos.
- 4.3 Modelos Básicos de Oligopolio.
- 4.4 Teoría de juegos dentro del Oligopolio.

Unidad 5 Manejo de escenarios empresariales

- 5.1 Conceptualización e importancia de los escenarios empresariales.
- 5.2 Métodos para el diseño y manejo de escenarios.
- 5.3 Estrategias de precios de firmas con poder de mercado.
- 5.4 Economía de la información y manejo de escenarios.

Actividades de aprendizaje:

Lecturas, exposiciones, ejercicios y revisión de casos prácticos.

Las actividades de aprendizaje que el participante habrá de realizar bajo la conducción del docente serán:

- Participación activa en clase sobre las lecturas que el profesor dejará a revisar.
- Un trabajo final realizado individualmente que considere el análisis de una empresa de acuerdo al manejo actual de escenarios y una simulación de nuevos escenarios que podría hacer la misma.

Habrán dos exámenes durante el curso, cada uno cubrirá todo el material cubierto hasta la fecha del examen incluyendo los materiales de las materias antecedentes.

Procedimiento de Evaluación:

Producto de evaluación	Porcentaj
Exámenes escritos	60%
Participación en clase	5%
Trabajo Final	35%

Bibliografía

- Aguilera, I., Dopacio, C., Fernández, N., Gómez, S. & Lorenzo, C. (2014). *Fundamentos de economía de la empresa*. España: Pirámide.
- Baye M. R. & Prince, J. (2013). *Managerial Economics and Business Strategy*. New York: McGraw-Hill.
- Barroso, C. (2012). *Economía de la empresa*. España: Pirámide.
- Caldas, M. & Múrias, M. (2008). *Iniciativa emprendedora*. España: Editex.
- Dorman, P. (2014). *Microeconomics. A fresh Start*. USA: Springer.
- Fernández, J. (2004). *El diseño de escenarios en el ámbito empresarial*. España: Pirámide.



UAEM

Universidad Autónoma
del Estado de México

FACULTAD DE ECONOMÍA



Maestría en Creación y Estrategias de Negocios

García, M., Soriano, J., Torrents, J. & Viscarri, J. (2012). *Economía de la empresa*. España: Universitat Politècnica de Catalunya.

Grauelle, A. (2006). *Microeconomía. Enfoque negocios*. México: Pearson Prentice Hall.

Grauelle, A. (2006). *Fundamentos de Economía*. México: Pearson Prentice Hall.

McEachern, W. (2012). *Microeconomics. A Contemporary Introduction*. USA: South-Western CENGAGE Learning.

Méndez, J. (2007). *La economía en la empresa*. México: Mc Graw Hill.

Sivagnanam, K. & Srinivasan, R. (2010). *Business Economics*. India: Tata McGraw-Hill.

Wollenberg, E.; Edmunds, D. & Buck L. (2001). *Anticipándose al cambio: guía para el uso de escenarios como instrumento para el manejo forestal adaptable*. Indonesia: Center for International Forestry Research.

Artículos científicos específicos de los temas. Se sugieren artículos de revistas científicas de alto impacto publicados en JCR (ISI-Thomson Reuters), Scopus, entre otros.





UAEM

Universidad Autónoma
del Estado de México

FACULTAD DE ECONOMÍA



Maestría en Creación y Estrategias de Negocios

Unidad de Aprendizaje:	Evaluación económica, social y regional de proyectos
------------------------	--

Periodo lectivo	Horas totales	Horas Teóricas	Horas Prácticas	Créditos
4	4	2	2	6

Área:	Disciplinaria
-------	---------------

Unidades de Aprendizaje Antecedentes	Unidades de Aprendizaje Consecuentes
Ninguna	Ninguna

Fecha de elaboración: Enero, 2015	Elaboró: Dra. Rosa Azalea Canales García M. Yolanda Albarrán Olvera Dra. Wendy Ovando Aldana
--------------------------------------	---

Objetivo general:

Analizar los conceptos y herramientas que permitan la identificación, formulación y evaluación de proyectos empresariales y de negocios que complementen economías de escala, desde los ámbitos de viabilidad económica, social y regional.

Contenido Temático:

Unidad 1 Etapas e identificación de proyectos que complementen economías de escala.

- 1.1 Visión general de la evaluación de proyectos.
- 1.2 Análisis previo, técnicas de planificación y toma de decisiones.
- 1.3 Elementos para la identificación de proyectos.

Unidad 2 Evaluación económica.

- 2.1 Costo de oportunidad y criterio de eficiencia.
- 2.2 Relación costo-beneficio y criterios de decisión.
- 2.3 Metodología de construcción y aplicación de los precios económicos.
- 2.4 Relaciones entre el proyecto y el sistema económico.

Unidad 3 Evaluación social de proyectos.

- 3.1 Criterio de equidad.
- 3.2 Precios sombra.
- 3.3 Metodologías para la evaluación social de proyectos.
- 3.4 Relaciones entre el proyecto y el contexto social.



UAEM

Universidad Autónoma
del Estado de México

FACULTAD DE ECONOMÍA



Maestría en Creación y Estrategias de Negocios

Unidad 4 Evaluación regional de proyectos.

4.1 Metodologías para la evaluación regional de proyectos.

4.2 Relaciones entre el proyecto y el entorno regional.

Actividades de aprendizaje:

- Examen escrito: este examen deberá evaluar el conocimiento sobre conceptos básicos de la unidad de aprendizaje. Así mismo, ejercicios que permitan diagnosticar el conocimiento sobre la evaluación económica social y regional de proyectos. Se recomienda colocar casos reales donde los estudiantes puedan verter su conocimiento a fin de evaluar competencias.
- Exposiciones: Las exposiciones serán grupales o individuales dependiendo el número de alumnos. Al ser grupales se fomentará el trabajo en equipo. Se deberá considerar lo siguiente: Presentación profesional evitando caer en el *copy paste* de la información, así como la saturación de la información, por lo que se recomienda palabras clave y esquemas en las exposiciones.
- Lecturas: El control de las mismas se realizará en cada sesión. Se entrega el material previamente al alumno y éste proporcionará un resumen al profesor para discutir en el aula. Se recomiendan dos a tres lecturas por tema a fin de observar diferentes perspectivas. Se sugiere como mínimo seis lecturas por unidad, en las cuales deberá revisarse ortografía, redacción, contenido, fuente de información estilo APA, y demás que agregue el catedrático.
- Desarrollo de casos prácticos: dependiendo de la dinámica de la clase el análisis se puede realizar con material disponible en el aula, o bien, con una previa lectura a fin de discutir en clase las observaciones. Se solicitará un reporte por escrito del alumno en el que se revisará: nombre del caso de estudio, análisis, ortografía, redacción, fuentes de información y demás que agregue el catedrático.

Procedimiento de Evaluación:

Producto de evaluación	Porcentaj
Examen escrito	25%
Exposiciones individuales o grupales	25%
Casos prácticos	50%

Bibliografía

Baca, C., Murcia, J., Medellín, V., Santana, L., Oñate, G., Díaz, F., Ortega, J., & González, M. (2006). *Proyectos: formulación y criterios de evaluación*. México: Alfaomega.

Baca, G. (2006). *Evaluación de proyectos*. México: McGraw-Hill.

Equipo Vértice (2007). *Gestión de proyectos*. España: Publicaciones Vértice.

Gudda. P. (2011). *A guide to Project Monitoring & Evaluation*. USA: Authorhouse.



UAEM

Universidad Autónoma
del Estado de México

FACULTAD DE ECONOMÍA



Maestría en Creación y Estrategias de Negocios

Hamilton, M., & Pezo, A. (2005). *Formulación y evaluación de proyectos tecnológicos aplicados*. Colombia: Convenio Andrés Bello.

ILPES (2006). *Guía para la presentación de proyectos*. España: Siglo XIX Editores.

Méndez, R. (2012). *Formulación y evaluación de proyectos. Enfoque para emprendedores*. Colombia: ICOTEC.

Miranda, J. (2005). *Gestión de proyectos. Identificación, formulación, evaluación financiera, económica, social, ambiental*. Colombia: MM Editores.

Ortegón, E., Pacheco, J. & Roura, H. (2005). *Metodología general de identificación, preparación y evaluación de proyectos de inversión pública*. Santiago de Chile: CEPAL.

Palacio, I. (2010). *Guía práctica para la identificación, formulación y evaluación de proyectos*. Colombia: Editorial Universidad del Rosario.

Artículos científicos específicos de los temas. Se sugieren artículos de revistas científicas de alto impacto publicados en JCR (ISI-Thomson Reuters), Scopus, entre otros.





UAEM

Universidad Autónoma
del Estado de México

FACULTAD DE ECONOMÍA



Maestría en Creación y Estrategias de Negocios

Unidad de Aprendizaje:	Calidad de mejora de procesos			
------------------------	-------------------------------	--	--	--

Periodo lectivo	Horas totales	Horas Teóricas	Horas Prácticas	Créditos
	4	2	2	6

Área:	Complementaria
-------	----------------

Unidades de Aprendizaje Antecedentes	Unidades de Aprendizaje Consecuentes
Ninguna	Ninguna

Fecha de elaboración: Enero, 2015	Elaboró: Dra. Rosa Azalea Canales García M. Yolanda Albarrán
--------------------------------------	--

Objetivo general:

Analizar el concepto e importancia de la calidad en los procesos organizacionales, así como, sus diferentes métodos y herramientas con la finalidad de adquirir conocimientos que permitan gestionar los sistemas de calidad para mejorar procesos y estándares de producción.

Contenido Temático:

Unidad 1 Introducción a la calidad

- 1.1 Concepto y evolución de los enfoques de calidad.
- 1.2 Cultura de calidad y valor al cliente.
- 1.3 Herramientas de la calidad.
- 1.4 Definición y elementos de los procesos.

Unidad 2 Sistemas de gestión de la calidad en los procesos

- 2.1 Definición y componentes de los sistemas de gestión de la calidad.
- 2.2 Diseño de un sistema de gestión de la calidad por procesos.
- 2.3 La organización en la gestión de la calidad por procesos.

Unidad 3 Administración y mejora de procesos

- 3.1 Administración de operaciones y control de procesos.
- 3.2 Mejora continua y técnicas de mejoramiento continuo.
- 3.3 Programa Seis Sigma.
- 3.4 Calidad en la posproducción.



UAEM

Universidad Autónoma
del Estado de México

FACULTAD DE ECONOMÍA



Maestría en Creación y Estrategias de Negocios

Unidad 4 Enfoques de calidad en los procesos

- 4.1 Enfoque a los procesos y las normas ISO.
- 4.2 Ciclo Deming PHVA de mejora continua de la calidad en los procesos.
- 4.3 Enfoque de sistema para la gestión.

Unidad 5 Herramientas para mejorar procesos

- 5.1 AMEF
- 5.2 Análisis de causa raíz y diagrama Ishikawa.
- 5.3 Reporte 8D.
- 5.4 Monitoreo estadístico con tarjeta de registro.

Actividades de aprendizaje:

- Examen de conocimientos acerca de los enfoques de la calidad.
- Examen analítico sobre el manejo de modelos para la gestión de la calidad, control de procesos y el programa Seis Sigma.
- Elaboración de un trabajo de investigación acerca de los enfoques de la calidad, presentar un trabajo sobre las condiciones en que operan las empresas u organismos donde se realicen las prácticas o visitas.
- Elaboración de esquemas de modelos de gestión de la calidad.
- Diseño de esquemas de gestión de la calidad.
- Trabajo final acerca de un plan de gestión de la calidad que incorpore el modelo de Ishikawa, además de que retome los diseños, esquemas, casos anteriormente presentados.

Procedimiento de Evaluación:

Producto de evaluación	Porcentaj
Exámenes escritos	25%
Exposición individual o grupal	25%
Plan de gestión de	50%

Bibliografía

- Alcalde, P. (2009). *Calidad*, España: Paraninfo.
- Anda, C. (2004). *Administración y Calidad*. México: Limusa Noriega.
- Cantú, H. (2011). *Desarrollo de una cultura de calidad*. México: McGraw-Hill.
- Christensen, E., Coombes-Betz, K. & Stein, M. (2007). *The certified quality process analyst*. USA: American Society for Quality, Quality Press.
- De Domingo, J. (2012). *Calidad y mejora continua*. España: Editorial Donostiarra.
- Evans, L. (2014). *An Introduction to Six Sigma & Process Improvement*. USA: CENGAGE Learning.



UAEM

Universidad Autónoma
del Estado de México

FACULTAD DE ECONOMÍA



Maestría en Creación y Estrategias de Negocios

Fernández, M. (2003). *El Control, Fundamento de la Gestión por Procesos y la Calidad Total*. Madrid: ESIC.

Fleitman, J. (2007). *Evaluación integral para implantar modelos de calidad*. México: Editorial Pax.

Fryman, M. (2002). *Quality and Process Improvement*. USA: Delmar Thomson Learning.

Guajardo, E. (1996). *Administración de la calidad total*. México: Pax.

Gutiérrez, H. (2010). *Calidad Total y Productividad*. México: McGraw Hill.

Waller, J., Allen, D., y Burns, A. (1995). *El Manual de Administración de la Calidad*. México: Panorama.

Artículos científicos específicos de los temas. Se sugieren artículos de revistas científicas de alto impacto publicados en JCR (ISI-Thomson Reuters), Scopus, entre otros.





UAEM

Universidad Autónoma
del Estado de México

FACULTAD DE ECONOMÍA



Maestría en Creación y Estrategias de Negocios

Unidad de Aprendizaje:	Comportamiento y Cultura Organizacional
------------------------	---

Periodo lectivo	Horas totales	Horas Teóricas	Horas Prácticas	Créditos
	4	2	2	6

Área:	Complementaria
-------	----------------

Unidades de Aprendizaje Antecedentes	Unidades de Aprendizaje Consecuentes
Ninguna	Ninguna

Fecha de elaboración: Enero, 2015	Elaboró: M. Claudia Yolanda Albarrán Olvera Dra. Rosa Azalea Canales García M. Noelly Karla Sarracino Jimenez.
--------------------------------------	---

Objetivo general:

Analizar el comportamiento organizacional en tres niveles: la persona, el grupo y la organización, considerando el contexto de la misma y su influencia, analizando conceptos como motivación, liderazgo, trabajo en equipo y conflicto.

Contenido Temático:

Unidad 1 El mundo de las organizaciones: Globalización, tecnología, diversidad y ética

- 1.1 Las organizaciones como unidades sociales.
- 1.2 Las organizaciones como sistemas abiertos en una sociedad y economía globalizada.
- 1.3 La influencia del contexto y sus efectos en las organizaciones.
- 1.4 La responsabilidad social empresarial y la prospectiva de las organizaciones en el futuro.

Unidad 2 La cultura organizacional

- 2.1 La cultura organizacional.
 - 2.1.1 Conceptos.
 - 2.1.2 Características básicas.
 - 2.1.3 Valores y cultura.
 - 2.1.4 La cultura de las organizaciones exitosas.
- 2.2 Tipos de cultura organizacional, sus fortalezas y debilidades.
- 2.3 Relaciones de la cultura con la estrategia y la estructura.
- 2.4 La socialización organizacional y su espíritu emprendedor.



UAEM

Universidad Autónoma
del Estado de México

FACULTAD DE ECONOMÍA



Maestría en Creación y Estrategias de Negocios

Unidad 3 Las personas en las organizaciones. Percepción, atribución, actitud, motivación

- 3.1 Importancia del capital humano y las ventajas de la diversidad en las organizaciones.
- 3.2 Personalidades, aptitudes actitudes, competencias individuales y características de la atribución.
- 3.3 Los paradigmas su significado y su forma de funcionamiento.
- 3.4 La motivación en el estudio organizacional.
 - 3.4.1 Importancia del estudio de la motivación en la cultura organizacional.
 - 3.4.2 Teorías de la motivación y su aplicación.
 - 3.4.3 Modelo para interpretar el proceso de la motivación.

Unidad 4 Liderazgo y conflicto en las organizaciones

- 4.1 Poder y dependencia en las organizaciones.
- 4.2 Gerencia y liderazgo.
 - 4.2.1 Definiciones de liderazgo y gerencia
 - 4.2.2 Tipos y estilos de liderazgo.
 - 4.2.3 Competencias del líder.
 - 4.2.4 Revisión de las principales teorías de liderazgo.
- 4.3 Los enfoques teóricos modernos y visión ampliada de liderazgo.
- 4.4 El concepto del coaching.

Unidad 5 Cambio y desarrollo organizacional

- 5.1 El cambio y la viabilidad organizacional.
- 5.2 El concepto de ciclo de vida.
- 5.3 El cambio y las personas.
 - 5.3.1 El modelo de cambio de K. Lewin.
 - 5.3.2 Agentes de cambio. Resistencia al cambio y la forma de superarla.
 - 5.3.3 El proceso de cambio.
- 5.4 El enfoque de desarrollo organizacional, sus características y tecnología de aplicación.

Actividades de aprendizaje:

☒ Ensayos

- Caso Práctico: Se seleccionará un caso real (medición y recolección de datos de variables de estudio para generar una propuesta), para aplicar los conocimientos de la Unidad de Aprendizaje y dar soluciones con base en un diagnóstico previo.
- Se realizará un foro de discusión al concluir cada unidad.

Procedimiento de Evaluación:

Producto de evaluación	Porcentaje
------------------------	------------

14 EDICIÓN PARA EL
Fortalecimiento
Académico





UAEM

Universidad Autónoma
del Estado de México

FACULTAD DE ECONOMÍA



Maestría en Creación y Estrategias de Negocios

	Ensayos	20%	
	Desarrollos de aplicación	80%	





UAEM

Universidad Autónoma
del Estado de México

FACULTAD DE ECONOMÍA



Maestría en Creación y Estrategias de Negocios

Bibliografía

- Alles, M. (2008). *Comportamiento Organizacional*. Argentina: Ediciones Granica.
- Camio, M. (2012). *Cultura organizacional: Emociones y sentido de vida*. España: EAE.
- Chiavenato, I. (2004). *Comportamiento Organizacional*. México: Thomson.
- Herrero, S. (2009). *El Fenómeno de la RSE*. Argentina: Clarín/iEco/Materia Biz.
- Kreitner, R. & Kinicki, A. (2003). *Comportamiento de las organizaciones*. México: Mc Graw Hill.
- Losada, C. (2009). *Liderazgo*. Argentina: Clarín/iEco/Materia Biz.
- Loya, S. (2011). *Liderazgo en el comportamiento organizacional*. México: Editorial Trillas.
- McFarlin, D., & Sweeney, P. (2013). *International Organizational Behavior*. USA: Routledge.
- Molinari, P. (2009). *Habilidades de Comunicación*. Argentina: Clarín/iEco/Materia Biz.
- Molinari, P. (2009). *Gestionando la diversidad*. Argentina: Clarín/iEco/Materia Biz.
- Nosnik, A. (2005). *Culturas organizacionales: su origen, consolidación y desarrollo*. España: Gesbiblo.
- Punnett, B. (2013). *International perspectives on organizational behavior and human resource management*. USA: Routledge.

Artículos científicos específicos de los temas. Se sugieren artículos de revistas científicas de alto impacto publicados en JCR (ISI-Thomson Reuters), Scopus, entre otros.





UAEM

Universidad Autónoma
del Estado de México

FACULTAD DE ECONOMÍA



Maestría en Creación y Estrategias de Negocios

Unidad de Aprendizaje	Innovación y Estrategia Empresarial
-----------------------	-------------------------------------

Periodo Lectivo	Horas Totales	Horas Teóricas	Horas Prácticas	Créditos
	4	2	2	6

Área	Complementaria
------	----------------

Unidades de Aprendizaje Antecedente	Unidad de Aprendizaje Consecuente
Ninguna	Ninguna

Fecha de Elaboración:	Elaboró
Marzo 2014	M. Humberto Feliciano Rodríguez Pichardo M. Noelly Karla Sarracino Jiménez Dra. Sara Quiroz Cuenca

Objetivo General:

Examinar los aspectos clave para el establecimiento y desarrollo de estrategias en las organizaciones.

Contenido Temático:

Unidad 1 Elementos para el establecimiento de estrategias en empresas y/o negocios

- 1.1 Fundamentos de la estrategia
 - 1.1.1 Origen, concepto e importancia de la estrategia
- 1.2 Tipos de estrategias
 - 1.2.1 Crecimiento
 - 1.2.2 Diferenciación del producto
 - 1.2.3 Precio diferenciado
 - 1.2.4 Adquisición
- 1.3 Formulación de estrategias
 - 1.3.1 Funciones de la estrategia en la empresa y/o negocio
- 1.4 Modelos y herramienta para formular estrategias
 - 1.4.1 El Éxito de la estrategia
 - 1.4.2 Caso práctico de estrategia de éxito

Unidad 2 Gestión administrativa de innovación en las empresas y organizaciones

- 2.1 Actividad administrativa en las empresas
 - 2.1.1 Funciones, tareas y responsabilidades en la gestión administrativa
- 2.2 La innovación como transformación y generación de negocio
 - 2.2.1 Innovación organizacional
- 2.3 El proceso innovador en la actividad empresarial
 - 2.3.1 Creatividad innovadora
- 2.4 Factores de riesgos de la innovación



UAEM

Universidad Autónoma
del Estado de México

FACULTAD DE ECONOMÍA



Maestría en Creación y Estrategias de Negocios

Unidad 3 Procesos de organización de las PYMES

3.1 Las Pymes en México

3.1.1 Planeación

3.1.2 Organización

3.1.3 Dirección

3.1.4 Control

3.2 Estrategias y tácticas en las Pymes

3.2.1 Ventajas y brechas competitivas

Unidad 4 Comercio electrónico para las PYMES.

4.1 Identificación de las necesidades de una PYME

4.1.1 Oportunidades para las Pymes

4.2 Análisis del uso de las TIC en la empresa

4.3 Panorama del comercio electrónico para las Pymes

4.3.1 Factores de éxito para el comercio electrónico

4.4 Perspectivas del comercio electrónico en México

4.4.1 Modelos de negocios para el comercio

Actividades de Aprendizaje:

- Lecturas, controladas mediante la entrega de un resumen: Documento escrito con datos de identificación de la U.A., máximo 3 cuartillas, a renglón cerrado, documento presentado en Arial 12, Integrar definición de conceptos e ideas clave, presenta orden lógico de la información, elabora conclusión crítica y reflexiva.
- Elaboración de mapas mentales o conceptuales: Líneas de enlace unen significativamente los conceptos clave, presenta ideas de forma ordenada, significativa y fácil de leer, contiene imágenes pertinentes, de identifican ideas principales.
- Exposición: Profundiza en el tema, ampliando contenidos, integra la información, interpretativo, organizado, aporta sus opiniones. La información presentada es significativa.
- Trabajo de investigación (Caso práctico): Selecciona, presenta y explica de manera adecuada los datos investigados, citación correcta, interpretación y explicación amplia de datos.

Procedimiento de Evaluación:

Producto de	Porcentaje
Lecturas controladas	20%
Exámenes prácticos	30%
Exposición	20%
Investigación	30%





UAEM

Universidad Autónoma
del Estado de México

FACULTAD DE ECONOMÍA



Maestría en Creación y Estrategias de Negocios

Bibliografía

- Ahmed, P. (2012). *Administración de la innovación*. México: Pearson.
- Alonso, A. (2004). *Comercio electrónico: antecedentes, fundamentos y estado actual*. España: Dykinson.
- Bermejo, J. & López, M. (2014). *La innovación continua en el éxito empresarial*. España: UNED.
- Bilton, C. & Cummings S. (2010). *Creative Strategy: Reconnecting business and innovation*. Reino Unido: John Wiley & Sons, Ltd.
- Campa, F. (2009). *Guía práctica para la creación de empresas*. Tarragona: Universitat Rovira Virgili.
- Campbell, D., Edgar, D. & Stonehouse, G. (2011). *Business Strategy: An Introduction*. USA: Palgrave Macmillan.
- Fernández, F. (1999). *Estrategia Empresarial. Modelo Dinámico del Proceso Estratégico*. Madrid: AECA
- Filion, L. (2011). *Administración de PYMES: Emprender, Dirigir y Desarrollar Empresas*. México: Pearson.
- Goñi, J. (2014). *Estrategia empresarial e innovación*. España: Ediciones Díaz de Santos.
- Mellán, A. & Campos, V. (2010). Emprendedurismo y economía social como mecanismos de inserción sociocolaboral en tiempos de crisis, REVERSCO. *Revista de Estudios Cooperativos, Facultad de Ciencias Económicas y Empresariales*, (100), 43-67.
- Moncalvo, A. (2008). *Comercio Electrónico para Pymes*. México: Ugerman.
- Molina, R. (2011). *Emprendimiento dimensiones sociales y culturales en Mipymes*. México: Pearson.
- Rasheed, H. (2012). *Innovation Strategy: Seven keys to creative leadership and a sustainable business model*. USA: iUniverse.
- Schneider, G. (2013). *Comercio electrónico*. México: Cengage Learning.
- Varela, R. (2008). *Innovación Empresarial, Arte y Ciencia en la Creación de Empresas*. Colombia: Pearson.

Artículos científicos específicos de los temas. Se sugieren artículos de revistas científicas de alto impacto publicados en JCR (ISI-Thomson Reuters), Scopus, entre otros.





UAEM

Universidad Autónoma
del Estado de México

FACULTAD DE ECONOMÍA



Maestría en Creación y Estrategias de Negocios

Unidad de Aprendizaje			Modelos de Negocios	
Periodo Lectivo	Horas Totales	Horas Teóricas	Horas Prácticas	Créditos
	4	2	2	6

Área	Complementaria
------	----------------

Unidades de Aprendizaje Antecedente	Unidad de Aprendizaje consecuente
Ninguna	Ninguna

Fecha de Elaboración: Mayo, 2015	Elaboró: M. Brenda Carolina Robles Pérez M. Ma. Luisa Hernández Martínez M. Noelly Karla Sarracino Jiénez
-------------------------------------	--

Objetivo General:

Comprender los modelos de negocios y empresariales que complementan economías de escala, su dinámica, técnicas de innovación, su posición respecto al panorama competitivo y las reformas que se pueden adaptar al modelo.

Contenido Temático:

Unidad 1 Naturaleza de los modelos de negocios

- 1.1 ¿Qué es un modelo de negocio?
- 1.2 Diferencia entre Plan de Negocios y Modelo de Negocios
- 1.3 Elementos de un plan de negocios.
- 1.4 Macroentorno económico internacional y nacional. Importancia de negocios que complementan economías de escala.
- 1.5 El diseño de los negocios en México.
- 1.6 Negocios y empresas que complementan economías de escala

Unidad 2 Propuesta de valor y caracterización de los tipos de negocios

- 2.1 Modelo de Negocios CANVAS de Osterwalder y Pigneur
- 2.2 El lienzo
- 2.3 Segmentos de mercado, propuesta de valor, canales de comunicación y distribución
- 2.4 Relaciones con los clientes
- 2.5 Fuente de ingresos, recursos clave, actividades clave y aliados clave. Estructura de costos
- 2.6 La estrategia en el modelo CANVAS
- 2.7 Negocios desde la óptica de la base de la pirámide.



UAEM

Universidad Autónoma
del Estado de México

FACULTAD DE ECONOMÍA



Maestría en Creación y Estrategias de Negocios

- 2.8 El modelo de negocios de Prahalad: la base de la pirámide
- 2.9 Grandes empresas domésticas, corporaciones multinacionales, agencias gubernamentales.
- 2.10 Modelos de negocio sustentables y de complemento de economías de escala.
 - 2.10.1 ¿Qué es la sustentabilidad?
 - 2.10.2 Características y prácticas en los modelos de negocio sustentables
 - 2.10.3 Características y prácticas en los modelos de negocio que complementan economías de escala.
 - 2.10.4 Tendencias sustentables internacionales y nacionales
 - 2.10.5 Empresas sustentables y con responsabilidad social.
 - 2.10.6 Modelos de negocios electrónicos

Unidad 3 Desarrollo de un modelo de negocio que complemente economías de escala

- 3.1 Entorno de los nuevos modelos de negocios: economía social, sostenible y digital
 - 3.1.1 La forma de emprender en modelos que complementan economías de escala
 - 3.1.2 Desde un producto o servicio
 - 3.1.3 Desde un modelo de negocios
- 3.2 Detección de las necesidades y deseos del mercado: oportunidad de negocio
 - 3.2.1 La generación de la idea de negocio
 - 3.2.2 Segmentación de mercado: cliente objetivo
 - 3.2.2.1 Perfil del cliente objetivo
 - 3.2.2.2 El entorno del cliente.
 - 3.2.2.3 La propuesta de valor: crear, entregar y capturar valor.
- 3.3 Estudio de la oferta y la demanda
- 3.4 Canales de comunicación y de distribución,
- 3.5 Aspectos financieros, flujos de ingreso, alianzas y estructura de costos.

Actividades de Aprendizaje:

Foros de discusión.

Trabajos escritos: Entrega de trabajos escritos al finalizar cada unidad, los cuales contendrán los temas más específicos y sobresalientes en la aplicación de modelos de negocios, para comprender los diseños de negocios, estructurar negocios a través de análisis macroeconómicos y microeconómicos.

Desarrollo de Casos reales: Desarrollar un plan de negocios a través del diseño de negocios en México.

Establecer un nuevo modelo de negocio que complemente economías de escala.





UAEM

Universidad Autónoma
del Estado de México

FACULTAD DE ECONOMÍA



Maestría en Creación y Estrategias de Negocios

Procedimiento de Evaluación:

Producto de	Porcentaj
Trabajos escritos	20%
Exámenes escritos	20%
Dearrollo de casos	60%

Bibliografía

- Ancos F. H. (coord.) (2011). *Negocios inclusivos y empleo en la base de la pirámide*. España: Editorial complutense, Colección Estudios Internacionales.
- Chesbrough, H. (2006). *Open Business Models*. USA: Harvard Business School Press.
- Clark, T., Osterwalder, A. & Pigneur, Y. (2013). *Tu modelo de negocio*. España: Centro Español de Derechos DEUSTO.
- Gaspar M.J., (2010). *El plan de continuidad de negocio: Guía práctica para su elaboración*. España: Díaz de Santos.
- Ecosistema Emprendedor. (2013). *Más allá del Business plan*. México: LID Editorial.
- Mutis, J. y Enric, J. (2008). Innovación en los modelos de negocio: La Base de la Pirámide como campo de experimentación, *Universia Business Review*, 18, 10-27.
- Osterwalder, A. y Pigneur, Y. (2010). *Generación del modelo de Negocios*. España: Centro Español de Derechos DEUSTO.
- Palacios P. M. y Duque O.E., (2011). Modelos de negocio: propuesta de un marco conceptual para centros de productividad, centros de productividad. *Administración & Desarrollo*, 39 (53), 23-34.
- Poza, E., (2011). *Empresas Familiares*. México: Cengage Learning.
- Ricat, J. E., (2009). Modelo de Negocio. El eslabón perdido en la dirección estratégica. *Universia Business Review*, 23, 12-25.
- Ries E., (2012). *Cómo crear empresas utilizando la innovación continua. El método Lean Startup*. España: Editorial Deusto.
- Rodríguez, C. (2011). *Los nuevos modelos de negocio en la economía creativa: Emociones y redes sociales*. España: Universia Business Review.
- Vargas, A., (2002). Modelo para la elaboración de un plan de negocios para las empresas pequeñas y medianas. *Estudios gerenciales*, 82, 93-108.
- Artículos científicos específicos de los temas. Se sugieren artículos de revistas científicas de alto impacto publicados en JCR (ISI-Thomson Reuters), Scopus, entre otros.





UAEM

Universidad Autónoma
del Estado de México

FACULTAD DE ECONOMÍA



Maestría en Creación y Estrategias de Negocios

Unidad de Aprendizaje	Liderazgo y Desarrollo de Habilidades Directivas
-----------------------	--

Periodo Lectivo	Horas Totales	Horas Teóricas	Horas Practicas	Créditos
	4	2	2	6

Área	Complementaria
------	----------------

Unidades de Aprendizaje Antecedente	Unidad de Aprendizaje Consecuente
Ninguna	Ninguna

Fecha de Elaboración: 30 de mayo 2014	Elaboró: Dra. Gabriela Munguía Vázquez M. Noelly Karla Sarracino Jiménez Dra. Sara Quiroz Cuenca
--	---

Objetivo General:

Identificar las principales características del liderazgo en su relación con las organizaciones, a través de la comunicación y aplicación de los grupos de trabajo, encaminados al desarrollo de habilidades directivas, en términos del logro de la creación de ventajas competitivas.

Contenido Temático:

Unidad 1 Liderazgo

- 1.1 La naturaleza del liderazgo
 - 1.1.1 Concepto e importancia del liderazgo
 - 1.1.2 Características del liderazgo
 - 1.1.3 Cualidades y habilidades del liderazgo
- 1.2 Estilos de liderazgo
 - 1.2.1 Poder e influencia
- 1.3 Concepto y características del líder
- 1.4 Clasificación del líder

Unidad 2 El Papel del directivo en las organizaciones

- 2.1 Definir que son las habilidades directivas.
 - 2.1.1 Importancia de los directivos competentes.
 - 2.1.2 Clasificación de las capacidades y habilidades directivas.
- 2.2 Mejora de las habilidades directivas esenciales
- 2.3 El Desempeño directivo
- 2.4 Participación del directivo en el éxito o en el fracaso de la organización



UAEM

Universidad Autónoma
del Estado de México

FACULTAD DE ECONOMÍA



Maestría en Creación y Estrategias de Negocios

Unidad 3 Comunicación en el liderazgo

- 3.1 Definiciones de comunicación
- 3.2 La nueva forma de la comunicación
 - 3.2.1 La importancia de la comunicación en la solución de conflictos
 - 3.2.2 La importancia de la comunicación para un directivo
- 3.3 Los obstáculos de la comunicación y su repercusión en el aprendizaje

Unidad 4 Liderazgo y su intervención directiva

- 4.1 Equipos en las organizaciones globales
 - 4.1.1 Equipos eficientes
 - 4.1.2 El reto del líder: los equipos virtuales y globales
- 4.2 Factores clave del liderazgo efectivo
 - 4.2.1 Técnicas de supervisión y empatía.
- 4.3 El liderazgo estratégico en la intervención directiva
- 4.4 Gestión de equipos de alto rendimiento
 - 4.4.1 El trabajo en equipo
 - 4.4.2 Los elementos y actitudes para trabajar en equipo

Actividades de Aprendizaje:

Reporte de investigación.

Resumen: Documento escrito que integre la definición de conceptos e ideas clave, presenta orden lógico de la información, que incluya una conclusión crítica y reflexiva.

Exposición: Su finalidad es que el alumno profundice en el tema, ampliando contenidos, integre la información, aporte sus opiniones, y que la información presentada sea significativa.

Trabajo de investigación: El alumno selecciona, presenta y explica de manera adecuada los datos investigados, interpreta y explica los datos.

~~El trabajo de investigación o desarrollo de un caso se hará mediante la medición y recolección de datos de las variables en estudio, con la finalidad de evaluar el tipo de liderazgo en una organización.~~

Procedimiento de Evaluación:

Producto de evaluación	Porcentaje
Lecturas de investigación	20%
Exámenes prácticos	50%
Casos prácticos	10%
Proyecto final	20%





UAEM

Universidad Autónoma
del Estado de México

FACULTAD DE ECONOMÍA



Maestría en Creación y Estrategias de Negocios

Bibliografía

- Alles, M. (2008). *Dirección estratégica de recursos humanos, gestión por competencias*. Buenos Aires: Granica.
- Chiavenato, I. (2004). *Comportamiento organizacional*. México: Thomson.
- Dasí, A., Doiz, C., Ferrer, C., & Iborra, M. (2014). *Fundamentos de dirección de empresas. Conceptos y Habilidades Directivas*. España: Parainfo.
- Drucker, P. (1997). *La gerencia de empresa*. México: Ed. Hermes/Plaza y Janes.
- González, M. (2006). *Habilidades directivas*. España: INNOVACIÓN Y CUALIFICACIÓN.
- Huerta, J. & Rodríguez, G. (2006). *Desarrollo de habilidades directivas*. México: Pearson Prentice Hall.
- Kinicki, A. & Kreitner R., (2003). *Comportamiento organizacional*. México: McGraw-Hill Interamericana.
- Levicki, C. (2000). *El gen del liderazgo*. México: Panorama Editorial.
- Lussier, R. (2010). *Management Fundamentals*. USA: CENGAGE Learning.
- Parker, C. & Stone, B. (2003). *Developing Management Skills for Leadership*. USA: Prentice Hall.
- Rodríguez, M. (2009). *Liderazgo (desarrollo de habilidades directivas)*. México: Manual Moderno
- Stettner, M. (2002). *Habilidades para nuevos directivos*. Madrid: McGraw-Hill.
- Vázquez, R. (2006). *Habilidades directivas y técnicas de liderazgo*. España: Ideaspropias Editorial.
- Werther, W. & Davis, K. (2008). *Administración de recursos humanos, el capital humano de las empresas*. México: McGraw Hill.
- Zapata, G. (2010). *Negociación, arte empresarial*. España: ECOE ediciones.

Artículos científicos específicos de los temas. Se sugieren artículos de revistas científicas de alto impacto publicados en JCR (ISI-Thomson Reuters), Scopus, entre otros.





UAEM

Universidad Autónoma
del Estado de México

FACULTAD DE ECONOMÍA



Maestría en Creación y Estrategias de Negocios

Unidad de Aprendizaje:	Administración de capital humano y gestión del conocimiento
-------------------------------	--

Periodo lectivo	Horas totales	Horas Teóricas	Horas Prácticas	Créditos
	4	2	2	6

Área:	Complementaria
--------------	----------------

Unidades de Aprendizaje Antecedentes	Unidades de Aprendizaje Consecuentes
Ninguna	Ninguna

Fecha de elaboración: Marzo, 2014	Elaboró: Dra. Eréndira Fierro Moreno Dra. Yuliana Gabriela Román Sánchez Dra. Wendy Ovando Aldana
--------------------------------------	--

Objetivo general:

Analizar la importancia del conocimiento y del capital humano en las organizaciones, empresas y negocios.

Contenido Temático:

Unidad 1 Perspectivas teóricas de los recursos intangibles: capital humano y conocimiento

- 1.1 Teorías explicativas de la inversión en capital humano.
- 1.2 Perspectiva de los recursos (Resource Based View) como enfoque en la Economía de la Empresa.
- 1.3 Recursos intangibles y capacidades.

Unidad 2 Importancia del capital humano en los negocios

- 2.1 Personas y organizaciones.
- 2.2 Capital humano: medición y gestión.
- 2.3 Actividades de la administración del capital humano.
- 2.4 El cuadro de mando del capital humano.

Unidad 3 Gestión del conocimiento

- 3.1 Proceso del conocimiento.
- 3.2 Organización para el conocimiento.
- 3.3 La cultura del conocimiento.
- 3.4 Aprendizaje organizacional.

Unidad 4 La nueva economía del conocimiento



UAEM

Universidad Autónoma
del Estado de México

FACULTAD DE ECONOMÍA



Maestría en Creación y Estrategias de Negocios

- 4.1 Innovación y cambio.
- 4.2 Herramientas de gestión del conocimiento.





UAEM

Universidad Autónoma
del Estado de México

FACULTAD DE ECONOMÍA



Maestría en Creación y Estrategias de Negocios

Actividades de aprendizaje:

- Exposiciones: Las exposiciones serán grupales o individuales dependiendo el número de alumnos. Al ser grupales se fomentará el trabajo en equipo. Se deberá considerar lo siguiente: Presentación profesional, recomendando utilizar palabras clave y esquemas en las exposiciones.
- Exámenes: Consistirá en un examen escrito al término de cada dos unidades de aprendizaje. Deberá contener la base teórica abordada durante el proceso de enseñanza-aprendizaje.
- Ensayos: El control de los mismos se realizará en cada sesión. Se entregará el material previamente al alumno y éste proporcionará un ensayo al profesor para discutir en el aula. Se recomiendan dos a tres lecturas por unidad a fin de observar diferentes perspectivas, en las cuales deberá revisarse ortografía, redacción, contenido, fuente de información estilo APA, y demás que agregue el catedrático.
- Proyecto de Aplicación del Conocimiento: Entregar en tiempo y forma, seleccionar, presentar y explicar de manera adecuada la aplicación de la gestión del conocimiento (recolección de datos para la medición de la variable) de alguna organización elegida por el alumno.

Procedimiento de Evaluación:

Producto de evaluación	Porcentaje
Exámenes escritos	40%
Exposición individual o Ensayos	10%
Proyecto de Aplicación del Conocimiento	40%

Bibliografía

- Armstrong, M. & Baron, A. (2007). *Human Capital Management*. Reino Unido: Kogan Page Limited.
- Báez, J. (2006). *Innovación y Gestión del Conocimiento*. Madrid: Díaz de Santos.
- Calderón, G. & Castaño, G.A. (2005). *Investigación en Administración en América Latina: Evolución y Resultados*. Colombia: Universidad Nacional de Colombia.
- Chiavenato, I. (2007). *Administración de recursos humanos: el capital humano de las organizaciones*. México: McGraw-Hill.
- Hyselid, M.A. Becker, B.E. y Beatty, R.W. (2005). *El cuadro de mando del capital humano*. España: Ediciones DEUSTO.
- López, M.A. & Grandío, A. (2005). *Capital Humano como fuente de ventaja competitiva. Algunas reflexiones y experiencias*. España: Gesbiblo, S.L.



UAEM

Universidad Autónoma
del Estado de México

FACULTAD DE ECONOMÍA



Maestría en Creación y Estrategias de Negocios

- Mondy W. & Noé, R. (2005). *Administración de recursos humanos*. México: Pearson.
- North, K. & Rivas, R. (2008). *Gestión del conocimiento. Una práctica hacia la empresa inteligente*. México: Libros en Red.
- Ordóñez, P. (2014). *Strategic Approaches for Human Capital Mnagement and Development in a turbulent economy*. USA: Business Science Reference.
- Porret, M. (2014). *Gestión de personas*. España: ESIC.
- Quintanilla, I. (2015). *Empresas y personas. Gestión del Conocimiento y capital humano*. España: Díaz de Santos.
- Selva, C. (2004). *El capital humano y su contribución al crecimiento económico*. España: Ediciones de la Universidad de Castilla-La Mancha.
- Valhondo, D. (2010). *Gestión del conocimiento. Del mito a la realidad*. España: Díaz de Santos.
- Villanueva, A. (2010). *De los recursos humanos al capital humano*. México: Editorial Trillas.
- Artículos científicos específicos de los temas. Se sugieren artículos de revistas científicas de alto impacto publicados en JCR (ISI-Thomson Reuters), Scopus, entre otros.





UAEM

Universidad Autónoma
del Estado de México

FACULTAD DE ECONOMÍA



Maestría en Creación y Estrategias de Negocios

Unidad de Aprendizaje	Alta dirección en PYMES y negocios			
-----------------------	------------------------------------	--	--	--

Periodo Lectivo	Horas Totales	Horas Teóricas	Horas Prácticas	Créditos
	4	2	2	6

Área	Complementaria
------	----------------

Unidades de Aprendizaje Antecedente	Unidad de Aprendizaje Consecuente
Ninguna	Ninguna

Fecha de Elaboración: Marzo de 2014	Elaboró: M. Humberto Feliciano Rodríguez Pichardo M. Noelly Karla Sarracino Jiménez Dra. en C.E.A. Wendy Ovando Aldana
--	---

Objetivo General:

Definir las funciones, la importancia de la alta dirección empresarial, destacando su relevancia en la formación de equipos de alta dirección, a través de las fases, acuerdos y condiciones que permitan el uso del manejo de técnicas de negociación.

Contenido Temático:

Unidad 1 Caracterización de la alta dirección

- 1.1 Estrategia y alta dirección.
- 1.2 Equipos de Alta dirección.
- 1.3 Desarrollo Organizacional.
 - 1.3.1 Cambios estratégicos en las empresas.
 - 1.3.2 Modelos y entornos de desarrollo organizacional.
- 1.4 Los nuevos paradigmas de la alta dirección, como respuesta a los cambios del entorno.

Unidad 2 Fases de los Negocios

- 2.1 Creación de negocios que complementen economías de escala.
- 2.2 Nuevos modelos de negocios o empresas que complementen economías de escala.
- 2.3 Un marco de referencia para los negocios en un mundo globalizado.

Unidad 3 Técnicas de Negociación.

- 3.1 Tipos de negociación.
- 3.2 Técnicas de negociación.
- 3.3 Proceso de negociación.





UAEM

Universidad Autónoma
del Estado de México

FACULTAD DE ECONOMÍA



Maestría en Creación y Estrategias de Negocios

Actividades de Aprendizaje:

- Lecturas controladas: El control de las mismas se realizará en cada sesión. Se entrega el material previamente al alumno y éste proporcionará un resumen al profesor para discutir en el aula. Se recomienda de dos a tres lecturas por tema a fin de observar diferentes perspectivas. Se sugiere como mínimo seis lecturas por unidad, en las cuales deberá revisarse: ortografía redacción, contenido, fuente de información y demás que agregue el catedrático.
- Exposiciones: Las exposiciones serán grupales o individuales dependiendo el número de alumnos. Al ser grupales se fomentará el trabajo en equipo. Se deberá considerar lo siguiente: Presentación profesional evitando caer en el *copy paste* de la información, así como la saturación de la información, por lo que se recomienda palabras clave y esquemas en las exposiciones.
- Revisión de casos prácticos: dependiendo de la dinámica de la clase el análisis se puede realizar con material disponible en el aula, o bien, con una previa lectura a fin de discutir en clase las observaciones. Se solicitará un reporte por escrito del alumno en el que se revisará: nombre del caso de estudio, análisis, ortografía, redacción, fuentes de información y demás que agregue el catedrático.

Producto de	Porcentaj
Lecturas controladas	50%
Exposiciones y revisión de casos prácticos	50%

Bibliografía

- Andreu, E., & Martínez-Vilanova, R. (2011). *Cómo gestionar una Pyme mediante el cuadro de mando*. España: ESIC Editorial.
- Budjat, B. (2011). *Técnicas de negociación y resolución de conflictos*. México: Pearson.
- Cooke, P., Jenkins, W., Moreton, K. & Williamson, D. (2008). *Strategic Management and Business Analysis*. Hungría: Elsevier.
- Dasí F. & Martínez-Vilanova, R. (2010). *Técnicas de Negociación: Un método práctico*. Madrid: ESIC.
- De Manuel, F., et ál. (2009). *Técnicas de negociación. Un método práctico*. Madrid: ESIC.
- Gómez D. & Martínez F. (2003). *Negociación Internacional. Medios de cobro y pago*. Madrid: ESIC.
- Goñi. J. (2014). *Estrategia empresarial e innovación*. México: Díaz de Santos.
- Lewicki R., Barry B., Saunders D. (2007). *Negotiation: readings, exercises, and cases*. Boston: Mc Graw Hill.
- Malaret, J. (2007). *Negociación en acción. Acuerdos eficaces en la mesa de negociación*. España: Díaz de Santos.



UAEM

Universidad Autónoma
del Estado de México

FACULTAD DE ECONOMÍA



Maestría en Creación y Estrategias de Negocios

Parra, E. (2004). La teoría de juegos en la negociación: ¿Jugando a negociar o negociar jugando?, *Revista de Ciencias Sociales, Universidad de Zulia*, X (1), 172-188.

Parra, V., et ál. (2010). Estrategias para negociaciones exitosas, *e-Gnosis, Universidad de Guadalajara*, 8, 1-13.

Rodríguez, J. (2010). *Administración de pequeñas y medianas empresas*. México: CENGAGE Learning.

Artículos científicos específicos de los temas. Se sugieren artículos de revistas científicas de alto impacto publicados en JCR (ISI-Thomson Reuters), Scopus, entre otros.





UAEM

Universidad Autónoma
del Estado de México

FACULTAD DE ECONOMÍA



Unidad de Aprendizaje:	Marco jurídico de las empresas y negocios
	Maestría en Creación y Estrategias de Negocios

Periodo lectivo	Horas totales	Horas Teóricas	Horas Prácticas	Créditos
	4	2	2	6

Área:	Complementaria
-------	----------------

Unidades de Aprendizaje Antecedentes	Unidades de Aprendizaje Consecuentes
Ninguna	Ninguna

Fecha de elaboración: Junio, 2015	Elaboró: M. Gabriela Pérez Vargas Dra. Eréndira Fierro Moreno
--------------------------------------	---

Objetivo general:

Conocer las normas jurídicas a las que se tienen que sujetar las empresas, tanto para su creación como para el desempeño de sus operaciones.

CONTENIDO TEMÁTICO:

Unidad 1. Personas físicas y morales

- 1.1 Marco Legal persona física-persona moral.
- 1.2 Derechos y obligaciones.
- 1.3 Clases de personas morales.

Unidad 2. Sociedades mercantiles en México

- 2.1 Tipos de sociedades mercantiles.
- 2.2 Requisitos legales para la constitución de una sociedad mercantil.
- 2.3 Acta constitutiva.
- 2.4. Autoridades gubernamentales, privadas y sociales.

Unidad 3. Contratos

- 3.1 Requerimientos de capacidad legal de las partes.
- 3.2 Objetivo legal.
- 3.3 Acuerdo mutuo.
- 3.4 Formato legal.

Unidad 4. Derecho laboral en México

- 4.1 Relaciones individuales de trabajo.
- 4.2 Condiciones de trabajo.
- 4.3 Derechos y obligaciones de los trabajadores y de los patrones.



UAEM

Universidad Autónoma
del Estado de México

FACULTAD DE ECONOMÍA



Maestría en Creación y Estrategias de Negocios

4.4 Relaciones colectivas de trabajo.

4.5 Autoridades del trabajo.

Unidad 5. Financiamientos gubernamentales, apoyos y fondos gubernamentales para la creación de empresas y negocios.

1.1 Código de comercio, Código Fiscal de la Federación y Ley de Impuesto sobre la renta

1.2 Redes, fondos, apoyos financieros, financiamientos gubernamentales.

Actividades de aprendizaje:

- Lecturas: Investigar el marco jurídico aplicable a las empresas, tanto en su constitución como en su funcionamiento y operación, además de los términos en que participan las autoridades. Informe escrito de las lecturas realizadas por cada unidad de aprendizaje.
- Casos: Investigar los requisitos legales para la constitución de una sociedad mercantil e identificar los beneficios entre una y otra sociedad a través de un caso práctico.
- Ensayo en el que se describa a través de un caso práctico los beneficios entre las diferentes sociedades mercantiles.
- Exposiciones: Exponer la importancia de las condiciones de trabajo y de esta manera poder apreciar su impacto en las relaciones trabajador-patrón, a fin de obtener una visión crítica de la situación laboral que tienen las empresas en México.
- Exposición por equipos y entrega de un reporte escrito donde se describan los avances de la investigación para la exposición.
- Examen: Analizar y explicar el marco jurídico relativo a las disposiciones legales que regulan el quehacer de las empresas tanto en su creación, funcionamiento, como en el desempeño de sus operaciones.

Procedimiento de Evaluación:

Producto de	Porcentaje
Lecturas	10%
Casos	10%
Exposición	40%
Examen	40%

Bibliografía

Adam, A. & Becerril, G. (1996). *La fiscalización en México*. México: Universidad Nacional Autónoma de México.

Alanís, R. (2007). *Derecho de la Empresa I*. México: Mc Graw Hill.

Calder, A. (2008). *Corporate Governance*. Reino Unido: Kogan Page Limited.





UAEM

Universidad Autónoma
del Estado de México

FACULTAD DE ECONOMÍA



Maestría en Creación y Estrategias de Negocios

Código de Comercio

Código Fiscal de la Federación.

De Alba, J. (2005). *Marco legal y normativo del sistema financiero mexicano*. México: Ruz

Del Río, J., Fernández, E. & Junquera, B. (2008). *Iniciación a los negocios*. España: CENGAGE Learning.

Jenkins, R. & Mercado, A. (2008). *Ambiente e industria en México: tendencias, regulación y comportamiento empresarial*. México: El Colegio de México.

Ley de Impuesto Sobre la Renta.

Ley Federal del Trabajo.

Ley General de Sociedades Mercantiles.

Ley General de Sociedades Cooperativas.

OCDE (2015). *Estudios económicos de la OCDE: México 2015*. México: OCDE Publishing

Rueda, I. (1997). *Las empresas integradoras en México*. México: Siglo XXI editores.

Saldaña, A. (2005). *Curso elemental sobre derecho tributario*. México: Línea Universitaria.

Torres, F. (2014). *Derecho laboral: actores en la relación de trabajo*. México: Editorial Universitaria, Universidad de Guadalajara.

Weitzenboeck, E. (2012). *A legal framework for emerging business models*. USA: Edward Elgar Publishing, Inc.

Artículos científicos específicos de los temas. Se sugieren artículos de revistas científicas de alto impacto publicados en JCR (ISI-Thomson Reuters), Scopus, entre otros.





UAEM

Universidad Autónoma
del Estado de México

FACULTAD DE ECONOMÍA



Maestría en Creación y Estrategias de Negocios

Unidad de Aprendizaje:	Temas selectos en Administración			
------------------------	----------------------------------	--	--	--

Periodo lectivo	Horas totales	Horas Teóricas	Horas Prácticas	Créditos
	4	2	2	6

Área:	Complementaria
-------	----------------

Unidades de Aprendizaje Antecedentes	Unidades de Aprendizaje Consecuentes
Ninguna	Ninguna

Fecha de elaboración: Enero, 2015	Elaboró: Dra. Eréndira Fierro Moreno
--------------------------------------	---

Objetivo general:

Integrar de manera teórico-práctica los enfoques y tendencias de vanguardia en los negocios; prevaleciendo la revisión de literatura científica, así como su lectura y análisis críticos desde un enfoque administrativo.

Contenido Temático:

Se construye para fortalecer los trabajos terminales de grado de los alumnos vinculado con los temas relacionados con la creación y con las estrategias de negocios desde un enfoque administrativo.

Actividades de aprendizaje: Lecturas, exposiciones y revisión de casos prácticos	
Procedimiento de Evaluación:	
Producto de evaluación	Porcentaje
Aplicación a productos de investigación	60%
Control de lecturas	20%
Ejercicios y tareas	20%





UAEM

Universidad Autónoma
del Estado de México

FACULTAD DE ECONOMÍA



Maestría en Creación y Estrategias de Negocios

Bibliografía

Libros diversos según la temática.

Artículos científicos específicos de los temas de los trabajos terminales de grado. Se sugieren artículos de revistas científicas de alto impacto publicados en JCR (ISI-Thomson Reuters), Scopus, entre otros.



UAEM

Universidad Autónoma
del Estado de México

FACULTAD DE ECONOMÍA



Maestría en Creación y Estrategias de Negocios

Unidad de Aprendizaje:	Estrategias de mercadotecnia e investigación de mercados			
-------------------------------	---	--	--	--

Periodo lectivo	Horas totales	Horas Teóricas	Horas Prácticas	Créditos
	4	2	2	6

Área:	Complementaria
-------	----------------

Unidades de Aprendizaje Antecedentes	Unidades de Aprendizaje Consecuentes
Ninguna	Ninguna

Fecha de elaboración: Marzo, 2014	Elaboró: Dra. Eréndira Fierro Moreno Dra. Yuliana Gabriela Román Sánchez Dra. Wendy Ovando Aldana
--------------------------------------	--

Objetivo general:

Analizar, estudiar y conocer las estrategias de mercadotecnia, investigación de mercados, segmentación y posicionamiento estratégico en el mercado, a la competencia, establecer los fundamentos para las estrategias de crecimiento, las estrategias de imitación, de diferenciación de marcas, y en general las estrategias competitivas que permitan el posicionamiento, crecimiento y consolidación de la empresa, así como diseñar de manera general el contenido de una investigación de mercados así como la revisión de casos prácticos.

Contenido Temático:

Fundamentos de mercadotecnia

- 1.1 Panorama general de la mercadotecnia.
- 1.2 Planeación estratégica para ser una empresa competitiva.

Unidad 2 Estrategias de mercadotecnia

- 2.1 Mercado de referencia, mercado relevante y producto-mercado.
- 2.2 Selección del mercado objetivo.
- 2.3 Proceso de segmentación de mercado y mercados meta.
- 2.4 Posicionamiento estratégico.
- 2.5 Estrategias de crecimiento.
- 2.6 Estrategia de imitación y diferenciación de marcas.
- 2.7 Publicidad y relaciones públicas.

Unidad 3 Análisis de la competencia y de los competidores

- 3.1 Competencia actual y potencial.
- 3.2 Métodos de identificación de la rivalidad competitiva.
- 3.3 Evaluación de competitividad comparada.



UAEM

Universidad Autónoma
del Estado de México

FACULTAD DE ECONOMÍA



Maestría en Creación y Estrategias de Negocios

- 3.4 Análisis de competidores.
- 3.4.1 Precios.
- 3.4.2 Promoción de ventas
- 3.4.3 Servicios de atención al cliente

Unidad 4 Diseño y desarrollo de la investigación de mercados

- 4.1 Investigación de mercados y decisiones para los negocios y empresas.
- 4.2 Investigación secundaria, exploratoria, descriptiva, causal y secundaria.
- 4.3 Técnicas de muestreo y estimación del tamaño de muestra.
- 4.4 Técnicas de escalas: comparativas y no comparativas.
- 4.5 Diseño de cuestionarios.
- 4.6 Validez y confiabilidad.
- 4.7 Prueba piloto.
- 4.8 Análisis de datos.
- 4.9 Solución de problemas específicos de mercadeo y revisión de casos prácticos.

Actividades de aprendizaje:

- Exposición: Las exposiciones serán grupales o individuales dependiendo el número de alumnos. Al ser grupales se fomentará el trabajo en equipo. Se deberá considerar lo siguiente: Presentación profesional, recomendando utilizar palabras clave y esquemas en las exposiciones.
- Exámenes: Consistirá en un examen escrito al término de cada dos unidades de aprendizaje. Deberá contener la base teórica abordada durante el proceso de enseñanza-aprendizaje.
- Lecturas controladas: Proponer las lecturas extra clase basados en controles de lectura y cuestionarios para el uso de la bibliografía. En cada caso se deberá entregar un reporte escrito que contenga: portada, resumen y palabras clave, introducción, contenido, reflexiones, bibliografía y anexos, la extensión dependerá del criterio del profesor.
- Proyecto de Aplicación del Conocimiento: Entregar en tiempo y forma, seleccionar, presentar y explicar de manera adecuada la aplicación de un proyecto de mercado y una investigación de mercado (recolección de datos para la medición de la variable) de alguna organización elegida por el alumno o bien, la propuesta de un nuevo negocio o empresa.





UAEM

Universidad Autónoma
del Estado de México

FACULTAD DE ECONOMÍA



Maestría en Creación y Estrategias de Negocios

Procedimiento de Evaluación:

Producto de	Porcentaj
Lecturas controladas	30%
Proyecto de aplicación del conocimiento	30%
Examen	30%
Exposición	10%

Bibliografía

- Aparicio, M. & Martín, M. (2002). *El análisis de la varianza en la investigación comercial*, España: Prentice Hall.
- Benassini, M. (2008). *Introducción a la investigación de mercados: Enfoque para América Latina*. México: Pearson.
- Doole, I. & Lowe, R. (2008). *International marketing strategy*. Reino Unido: CENGAGE Learning.
- Grande, I., Pintado, T. & Sánchez, J. (2015). *Introducción a la investigación de mercados*. España: ESIC.
- Hair, J. Buch, Roberto & Ortinau D. (2010). *Investigación de mercados: En un ambiente de información digital*. México: Mc Graw Hill.
- Lamb, C. Hair, J. & Mc Daniel, C. (2006). *Marketing*. Octava edición. México: Cengage Learning.
- Luque, T. (2012). *Técnicas de análisis de datos en investigación de mercados*. España: Pirámide.
- Malhotra, N. K. (2008). *Investigación de mercados*. México: Pearson.
- Molina, A. & Talaya, A. (2014). *Investigación de Mercados*. España: ESIC.
- Munuera, J. & Rodríguez, A. (2006). *Estrategias de marketing, De la teoría a la práctica*. España: ESIC.
- Peña, D. (2002). *Análisis de datos multivariantes*. México: Mc Graw Hill.
- Pérez, C. (2001). *Técnicas estadísticas con SPSS*. México: Prentice Hall.
- Prieto, J. (2013). *Investigación de mercados*. Colombia: ECOE
- Rodríguez, I. (2006). *Principios y estrategias de marketing, Economía y empresa*. España: UOC.
- Artículos científicos específicos de los temas. Se sugieren artículos de revistas científicas de alto impacto publicados en JCR (ISI-Thomson Reuters), Scopus, entre otros.





UAEM

Universidad Autónoma
del Estado de México

FACULTAD DE ECONOMÍA



Maestría en Creación y Estrategias de Negocios

Unidad de Aprendizaje:	Investigación de operaciones			
------------------------	------------------------------	--	--	--

Periodo lectivo	Horas totales	Horas Teóricas	Horas Prácticas	Créditos
	4	2	2	6

Área:	Complementaria
-------	----------------

Unidades de Aprendizaje Antecedentes	Unidades de Aprendizaje Consecuentes
Ninguna	Ninguna

Fecha de elaboración: Mayo de 2014	Elaboró: Dr. Miguel Ángel Díaz Carreño M. Alejandro Alanís Chico Dra. Lidia Elena Carvajal Gutiérrez
---------------------------------------	---

Objetivo general:

Resolver problemas de optimización y asignación de recursos con el fin de incrementar la eficiencia de las labores administrativas y financieras de las organizaciones.

Contenido Temático:

Unidad 1 Introducción a la investigación de operaciones

- 1.1 Origen y desarrollo.
- 1.2 Naturaleza de la investigación de operaciones.
- 1.3 El enfoque de modelado en la investigación de operaciones.
- 1.4 La investigación de operaciones en perspectiva.

Unidad 2 Modelos determinísticos

- 2.1 Programación matemática.
- 2.2 Programación lineal
- 2.3 Formulación de modelos
 - 2.3.1 Formulación de modelos de programación lineal.
 - 2.3.2 Solución gráfica.
 - 2.3.3 Dualidad y análisis de sensibilidad.
 - 2.3.4 Método simplex. Software para solución de casos prácticos.
- 2.4 Casos especiales de programación lineal.

Unidad 3 El problema del transporte.

- 3.1 Transporte transbordo.
- 3.2 Problema de asignación.
- 3.3 Formulación de casos prácticos



UAEM

Universidad Autónoma
del Estado de México

FACULTAD DE ECONOMÍA



Maestría en Creación y Estrategias de Negocios

Unidad 4 Modelo de redes.

4.1 Definición y uso de CPM y PERT

4.2 Terminología y redes.





UAEM

Universidad Autónoma
del Estado de México

FACULTAD DE ECONOMÍA



Maestría en Creación y Estrategias de Negocios

4.3 Planeación y control de proyectos con PERT-CPM. El rol de la variable tiempo sobre costos ante escenarios de extrema incertidumbre: PERT es mejor opción que CPM

4.4 Formulación de casos prácticos.

Actividades de aprendizaje:

- Trabajo individual: Tareas y casos en los niveles de toma de decisiones y resolución de un conjunto de problemas que se elaborarán extra-clase utilizando software especializado para PL.
- Exposición de un trabajo final realizado en equipo de máximo 3 personas que considere simulaciones y representaciones.
- Análisis de problemas analíticos y empíricos que serán resueltos extra-clase. Algunos de estos problemas requerirán del uso de una computadora con software especializado para Programación Lineal (PL). Se asume que los estudiantes están familiarizados con el manejo de hojas de cálculo.
- Exámenes durante el curso, cada uno cubrirá todo el material cubierto hasta la fecha del examen incluyendo los materiales de las materias antecedentes.

Procedimiento de Evaluación:

Producto de	Porcentaj
Exámenes	40%
Lecturas previas	20%
Trabajo Final	20%
Solución de laboratorios	20%

Bibliografía

Camacho, A. (2004). *Principios de Investigación de Operaciones*. México: Ecafsa.

Bertsimas, D. & Freund, R. M. (2000). *Data, Models, and Decisions: The Fundamentals of Management Science*. USA: South-Western College Publishing.

Eppen, G.D. (2000). *Investigación de Operaciones en la Ciencia Administrativa*. México: Prentice-Hall.

Hiller, F. & Lieberman, G. (2010). *Introducción a la Investigación de Operaciones*. México: McGraw-Hill.

Izar, J.M. (2012). *Investigación de Operaciones*. México: Trillas.

Munguía, L., & Protti, M. (2005). *Investigación de Operaciones*. Costa Rica: EUNED.

Panneerselvam, R. (2006). *Operations Research*. India: PHI Learning Private Limited.

Simon, C.P. & Blume, L. (1994). *Mathematics for Economists*. USA: W.W. Norton and Company, Inc.

Taha, H. A. (2011). *Operations Research*. USA: Pearson Education.



UAEM

Universidad Autónoma
del Estado de México

FACULTAD DE ECONOMÍA



Maestría en Creación y Estrategias de Negocios

Wiston, W. (2003). *Operations Research: Applications and Algorithms*. USA: Cengage.

Artículos científicos específicos de los temas. Se sugieren artículos de revistas científicas de alto impacto publicados en JCR (ISI-Thomson Reuters), Scopus, entre otros.



UAEM

Universidad Autónoma
del Estado de México

FACULTAD DE ECONOMÍA



Maestría en Creación y Estrategias de Negocios

Unidad de Aprendizaje:	Finanzas Corporativas
-------------------------------	------------------------------

Periodo lectivo	Horas totales	Horas Teóricas	Horas Prácticas	Créditos
	4	2	2	6

Área:	Complementaria
--------------	----------------

Unidades de Aprendizaje Antecedentes	Unidades de Aprendizaje Consecuentes
Ninguna	Ninguna

Fecha de elaboración: Mayo 2014	Elaboró: Dr. Oswaldo García Salgado M. Riquet Zequeira Fernández M. Verónica Ángeles Morales M. Elías Eduardo Gutiérrez Alva
------------------------------------	--

Objetivo general:

Investigar la importancia de las finanzas corporativas para el éxito empresarial, tomando en cuenta los riesgos y rendimientos de corto, mediano y largo plazo.

Contenido Temático:

Unidad 1 Introducción a las finanzas corporativas

- 1.1 Importancia de la administración financiera en los negocios.
- 1.2 Alcances y objetivos de las finanzas dentro de una empresa.
- 1.3 El valor de dinero en el tiempo: TIR y VAN.
- 1.4 Función de corto plazo y largo plazo en las estrategias financieras.

Unidad 2 Diagnóstico y planificación financiera

- 2.1 Análisis financiero de las empresas a corto y largo plazo.
- 2.2 Liquidez, solvencia, rentabilidad y deuda.
- 2.3 Rotación de activos bursátiles.
- 2.4 Ratios financieros múltiples: ROI, ROA, EVA, Dupont y su interpretación como indicadores

Unidad 3 Presupuestación de capital: costo promedio ponderado de capital

- 3.1 Teoría de portafolios de inversión.
- 3.2 El riesgo financiero: CAMP y beta de la empresa.
- 3.3 La planeación financiera a largo plazo: Estados financieros pro-forma
- 3.4 Administración para la creación de valor de la empresa.



UAEM

Universidad Autónoma
del Estado de México

FACULTAD DE ECONOMÍA



Maestría en Creación y Estrategias de Negocios

Unidad 4 Estrategias de financiamiento a corto plazo y largo plazo

- 4.1 La administración del efectivo a corto plazo.
- 4.2 Financiamiento financiero a corto y largo plazo.
- 4.3 Administración del crédito.
- 4.4 Arrendamiento.

Unidad 5 Finanzas Corporativas Internacionales

- 5.1 Mercados Financieros y su importancia en las finanzas empresariales.
- 5.2 Mercado accionario y su valor dentro de ellos.
- 5.3 Mercado de Derivados en las finanzas corporativas.

Actividades de aprendizaje:

- Ejercicios de aplicación.
- Desarrollo de exposiciones de específicos temas.
- Exámenes escritos.
- Proyecto final a desarrollar, se considera el establecer un diagnóstico y proyección financiera de una empresa pequeña o mediana que sea seleccionada por cada alumno como estudio de caso.

Procedimiento de Evaluación:

Producto de Evaluación	Porcentaje
Ejercicios	10%
Proyecto	40%
Exámenes	40%
Exposición	10%





UAEM

Universidad Autónoma
del Estado de México

FACULTAD DE ECONOMÍA



Maestría en Creación y Estrategias de Negocios

Bibliografía

- Aguilar, I. (2009). *Finanzas corporativas en la práctica*. España: Delta publicaciones.
- Bodie, Z. & Merton R. (2003). *Finanzas*. México: Pearson Educación.
- Durbán, S., & Irimia, A. (2011). *Finanzas Corporativas*. España: Pirámide.
- Ehrhardt, M. & Brigham E. (2006). *Finanzas corporativas*. México: Cengage Learning.
- Graham, J., Megginson, W. & Smart, S. (2010). *Corporate Finance*. USA: Cengage Learning.
- Kidwell, D., Moles, P. & Parrino, R. (2011). *Corporate Finance*. Reino Unido: Bell and Bain.
- Lacarte, J.M. (2012). *Finanzas Corporativas Aplicadas*. España: e-book.
- Martín, J. & Téllez, C. (2010). *Finanzas Internacionales*. España: Paraninfo.





UAEM

Universidad Autónoma
del Estado de México

FACULTAD DE ECONOMÍA



Maestría en Creación y Estrategias de Negocios

Messuti, et ál. (1992). *Selección de Inversiones: Introducción a la Teoría de la Cartera*. España: Ediciones Macchi.

Pascale, R. (2009). *Decisiones Financieras*. Buenos Aires: Pearson.

Artículos científicos específicos de los temas. Se sugieren artículos de revistas científicas de alto impacto publicados en JCR (ISI-Thomson Reuters), Scopus, entre otros.





UAEM

Universidad Autónoma
del Estado de México

FACULTAD DE ECONOMÍA



Maestría en Creación y Estrategias de Negocios

Unidad de Aprendizaje:	Administración de la producción y de operaciones
-------------------------------	---

Periodo lectivo	Horas totales	Horas Teóricas	Horas Prácticas	Créditos
	4	2	2	6

Área:	Complementaria
--------------	----------------

Unidades de Aprendizaje Antecedentes	Unidades de Aprendizaje Consecuentes
Ninguna	Ninguna

Fecha de elaboración: Enero, 2015	Elaboró: Dra. Rosa Azalea Canales García M. Yolanda Albarrán Olvera M. Verónica Ángeles Morales
--------------------------------------	--

Objetivo general:

Analizar los conceptos y herramientas que conforman un sistema de administración de la producción y de operaciones en una organización en funcionamiento.

Contenido Temático:

Unidad 1 Introducción a la administración de producción y de operaciones

- 1.1 Operaciones, producción y productividad.
- 1.2 Importancia de la administración de producción y de operaciones.
- 1.3 Productividad, competitividad y tendencias en la administración de producción y de operaciones.

Unidad 2 Planificación de la producción y las operaciones

- 2.1 Definición, importancia y objetivos de la planificación de la producción y las operaciones.
- 2.2 Elaboración del plan y estrategias de producción.
- 2.3 Métodos de optimización de la producción y planeación de requerimientos de materiales.
- 2.4 Control de inventarios, gráfica de Gant y redes PERT-CPM.

Unidad 3 Administración del mantenimiento

- 3.1 Definición, importancia y organización del mantenimiento.
- 3.2 Tipos de mantenimiento.
- 3.3 Costos de mantenimiento y curva de costo total mínimo.
- 3.4 Mantenimiento productivo total y confiabilidad.



UAEM

Universidad Autónoma
del Estado de México

FACULTAD DE ECONOMÍA



Maestría en Creación y Estrategias de Negocios

Unidad 4 Productividad y administración de procesos y de operaciones

4.1 Definición e importancia de la productividad en la organización.

4.2 Herramientas que mejoran la productividad: reingeniería de procesos, Justo a Tiempo, Benchmarking, Empowerment.

4.3 Calidad y productividad.

Actividades de aprendizaje:

- Lecturas, exposiciones.
- Solución de ejercicios prácticos relacionados a los temas vistos en clase
- Resumen de lecturas y exposiciones.
- Resumen de revisión de casos y ejercicios prácticos.

Procedimiento de Evaluación:

Producto de evaluación	Porcentaj
Examen escrito	50%
Ejercicios prácticos,	50%

Bibliografía

Adam, E., & Ebert, R. (2007). *Administración de la producción y las operaciones*. México: Pearson/Prentice Hall.

Chase, R., & Jacobs, R. (2013). *Administración de operaciones: producción y cadena de suministros*. México: McGraw-Hill/Interamericana.

Chase, R., Aquilano, N., & Jacobs R. (2005). *Administración de la producción y operaciones para una ventaja competitiva*. México: Mc Graw-Hill.

Chary, N. (2009). *Production & Operations Management*. India: Tata McGraw Hill.

Collier, D. & Evans, J. (2008). *Administración de operaciones*. México: CENGAGE Learning.

Gaither, N. & Frezier, G. (2000). *Administración de la producción y operaciones*. México: Thomson.

Muñoz, D. (2009). *Administración de operaciones*. México: CENGAGE Learning.

Nahmias, S. (2007). *Análisis de la producción y las operaciones*. México: Mc Graw-Hill/Interamericana.

Panneerselvam, R. (2012). *Production and operations management*. India: PHI Learning Private Limited.

Vilabona, N. (2011). *La administración de operaciones*. España: EAE.



UAEM

Universidad Autónoma
del Estado de México

FACULTAD DE ECONOMÍA



Maestría en Creación y Estrategias de Negocios

Vollmann, T., Berry, W., Whybark, D. & Jacobs, R. (2005). *Planeación y control de la producción: Administración de la cadena de suministros*. México: Mc Graw-Hill/Interamericana.

Artículos científicos específicos de los temas. Se sugieren artículos de revistas científicas de alto impacto publicados en JCR (ISI-Thomson Reuters), Scopus, entre otros.





UAEM

Universidad Autónoma
del Estado de México

FACULTAD DE ECONOMÍA



Maestría en Creación y Estrategias de Negocios

Unidad de Aprendizaje:	Estadística aplicada a los negocios
-------------------------------	--

Periodo lectivo	Horas totales	Horas Teóricas	Horas Prácticas	Créditos
	4	2	2	6

Área:	Complementaria
--------------	----------------

Unidades de Aprendizaje Antecedentes	Unidades de Aprendizaje Consecuentes
Ninguna	Ninguna

Fecha de elaboración: Enero, 2015	Elaboró: Dra. en C.E.A. Rosa Azalea Canales García M. Claudia Yolanda Albarrán Olvera
--------------------------------------	---

Objetivo general: Estudiar las técnicas de análisis estadístico a la resolución de problemas de índole empresarial con la finalidad de proporcionar herramientas cuantitativas que faciliten la toma de decisiones en situaciones que implica distintos grados de incertidumbre.

Contenido Temático:

Unidad 1 Introducción y presentación de datos en tablas y gráficas

- 1.1 Conceptos básicos de la estadística
- 1.2 Tablas y gráficas para datos categóricos
- 1.3 Tablas y gráficas para datos numéricos
- 1.4 Diagramas de dispersión y series de tiempo

Unidad 2 Estadística descriptiva

- 2.1 Medidas de tendencia central, variación y forma
- 2.2 Medidas numéricas descriptivas de una población
- 2.3 La covarianza y el coeficiente de correlación
- 2.4 Comparación de medias

Unidad 3 Probabilidad

- 3.1 Conceptos básicos de probabilidad
- 3.2 Probabilidad condicional
- 3.3 Teorema de bayes
- 3.4 Reglas de conteo



UAEM

Universidad Autónoma
del Estado de México

FACULTAD DE ECONOMÍA



Maestría en Creación y Estrategias de Negocios

Unidad 4 Distribuciones de probabilidad y pruebas de hipótesis

- 4.1 Distribuciones de probabilidad discreta
- 4.2 Distribución normal
- 4.3 Estimación de intervalos de confianza
- 4.4 Pruebas de hipótesis de una muestra

Unidad 5 Análisis de regresión

- 5.1 Regresión lineal simple
- 5.2 Análisis de regresión múltiple
- 5.3 Evaluación de suposiciones del análisis de regresión lineal múltiple.
- 5.4 Aplicaciones estadísticas en administración.

Actividades de aprendizaje:

- Exámenes: Consistirá en un examen escrito al término de la unidad de aprendizaje. Deberá contener la base teórica abordada durante el proceso de enseñanza-aprendizaje.
- Ejercicios prácticos: Consistirá en la resolución escrita de ejercicios prácticos, que consideren los temas abordados, durante el proceso y que lleve a los estudiantes a consolidar conocimientos teóricos en el ámbito de las organizaciones.

Procedimiento de Evaluación:

Producto de evaluación	Porcentaje
Exámenes escritos	70%
Ejercicios prácticos	30%





UAEM

Universidad Autónoma
del Estado de México

FACULTAD DE ECONOMÍA



Maestría en Creación y Estrategias de Negocios

Bibliografía

- Anderson, D., Seeney, D. & Williams T. (2011). *Statistics for Business and Economics*. USA: South-Western Cengage Learning.
- Anderson, D., Seeney, D., Williams T., Camm, J. & Cochran, J. (2014). *Essentials of Statistics for Business and Economics*. USA: South-Western Cengage Learning.
- Chandan, J. (2011). *Statistics for Business and Economics*. Nueva Delhi: VIKAS Publishing House.
- Fogli, J. & Herkenhoff, L. (2013). *Applied Statistics for Business and Management using excel*. USA: Springer.
- Levine, D., Krehbiel, T. & Berenson, M. (2006). *Estadística para Administración*. México: Pearson Prentice Hall.
- Lind, D., Marchal, W. & Wathen, S. (2008). *Estadística aplicada a los negocios y la economía*. México: Mc Graw Hill.
- Wackerly, D., Mendenhall, W. & Scheaffer R. (2004). *Estadística matemática con aplicaciones*. México: Thomson.
- Wegner, T. (2007). *Applied Business Statistics*. Sudáfrica: Juta & Co. Ltd.
- Artículos científicos específicos de los temas. Se sugieren artículos de revistas científicas de alto impacto publicados en JCR (ISI-Thomson Reuters), Scopus, entre otros.



UAEM

Universidad Autónoma
del Estado de México

FACULTAD DE ECONOMÍA



Maestría en Creación y Estrategias de Negocios

Unidad de Aprendizaje:	Contabilidad Financiera
-------------------------------	--------------------------------

Periodo lectivo	Horas totales	Horas Teóricas	Horas Prácticas	Créditos
	4	2	2	6

Área:	Complementaria
--------------	----------------

Unidades de Aprendizaje Antecedentes	Unidades de Aprendizaje Consecuentes
Ninguna	Ninguna

Fecha de elaboración: Enero, 2015	Elaboró: Dra. Rosa Azalea Canales García M. Yolanda Albarrán M. Elías Eduardo Gutiérrez Alva
--------------------------------------	---

Objetivo general:

Analizar información financiera con la finalidad de proporcionar herramientas para la toma de decisiones y la planeación financiera.

Contenido Temático:

Unidad 1 Fundamentos de contabilidad financiera

- 1.1 Concepto de contabilidad financiera y características de la información contable.
- 1.2 Activo, pasivo, capital, ingresos y gastos.
- 1.3 Base devengada y ecuación contable básica.
- 1.4 Usos, usuarios y productos de la contabilidad financiera.

Unidad 2 Registro y ciclo contable

- 2.1 Registro de operaciones y cuenta contable.
- 2.2 Impuesto al valor agregado y catálogo de cuentas.
- 2.3 Descripción del ciclo contable.
- 2.4 Asientos de ajuste, balanza de comprobación ajustada y elaboración de hoja de trabajo.

Unidad 3 Flujo de efectivo y análisis financiero

- 3.1 Elementos que integran el flujo de efectivo.
- 3.2 Elaboración del estado de flujo de efectivo.
- 3.3 Análisis financiero.
- 3.4 Efectivo en caja y bancos e inversiones temporales.



UAEM

Universidad Autónoma
del Estado de México

FACULTAD DE ECONOMÍA



Maestría en Creación y Estrategias de Negocios

Unidad 4 Cuentas y documento por cobrar y por pagar

- 4.1 Cuentas por cobrar y cuentas incobrables.
- 4.2 Documentos por cobrar y documentos descontados.
- 4.3 Cuentas por pagar y documentos por pagar.

Unidad 5 Activos intangibles

- 5.1 Concepto, clases y costo de activos intangibles.
- 5.2 Amortización y regla de representación de activos intangibles.
- 5.3 Patentes, derechos de autor, marcas registradas, franquicias, licencias y permisos.
- 5.4 Gastos de investigación y desarrollo y gastos de mercadotecnia.

Actividades de aprendizaje:

- Lecturas de aspectos conceptuales relacionados con la Contabilidad Financiera, haciendo uso de textos especializados. Se incluye también la resolución de ejercicios prácticos extraídos de libros de texto.
- La evaluación comprende la aplicación de un examen escrito cuyo contenido se basa en aspectos conceptuales relacionados a los temas específicos contenidos en el programa, así como la aplicación de los fundamentos conceptuales, para poder aplicarlos en la resolución de ejercicios prácticos extraídos de los textos utilizados o de alguna otra fuente considerada por el profesor.
- Aplicación de dos exámenes, incluyendo el primero las primeras tres unidades temáticas, quedando las dos últimas para un segundo examen, aclarando que en las fechas especificadas para cada examen, el alumno hará entrega de una serie adicional de ejercicios vinculados con los tópicos tratados en las unidades temáticas que se estén evaluando.

Procedimiento de Evaluación:

Producto de evaluación	Porcentaje
Examen escrito	50%
Ejercicios prácticos	50%

Bibliografía

Arquero, J., Jiménez, S. & Ruiz, I. (2011). *Introducción a la contabilidad financiera*. España: Pirámide.

Déniz, J. (2008). *Fundamentos de Contabilidad Financiera: Teoría y Práctica*. España: Delta.

Guajardo, G., & Andrade, N. (2008). *Contabilidad financiera*. México: McGraw-Hill.

Guajardo, G. (2013). *Contabilidad financiera*. México: McGraw-Hill.

Gómez, F., & Rovira, M. (2000). *Contabilidad financiera*. España: Editorial Síntesis.

Harrison, W., Horngren, C., & Thomas, W. (2013). *Financial Accounting*. USA: Pearson.

Kieso, D., Kimmel, P. & Weygandt, J. (2011). *Financial Accounting*. USA: John Wiley & Sons, Inc.



UAEM

Universidad Autónoma
del Estado de México

FACULTAD DE ECONOMÍA



Maestría en Creación y Estrategias de Negocios

Mallo, C. & Pulido, A. (2008). *Contabilidad Financiera: Un enfoque actual*. España: CENGAGE Learning.

Warren, C., Reeve, J., & Duchac, J. (2010). *Contabilidad financiera*. México: CENGAGE Learning.

Artículos científicos específicos de los temas. Se sugieren artículos de revistas científicas de alto impacto publicados en JCR (ISI-Thomson Reuters), Scopus, entre otros.



UAEM

Universidad Autónoma
del Estado de México

FACULTAD DE ECONOMÍA



Maestría en Creación y Estrategias de Negocios

Unidad de Aprendizaje:	Métodos cuantitativos para la toma de decisiones en los negocios
------------------------	--

Periodo lectivo	Horas totales	Horas Teóricas	Horas Prácticas	Créditos
	4	2	2	6

Área:	Complementaria
-------	----------------

Unidades de Aprendizaje Antecedentes	Unidades de Aprendizaje Consecuentes
Ninguna	Ninguna

Fecha de elaboración: Enero, 2015	Elaboró: Dra. Rosa Azalea Canales García M. Claudia Yolanda Albarrán Olvera Dra. Eréndira Fierro Moreno
--------------------------------------	--

Objetivo general: Analizar diversos modelos matemáticos para la toma de decisiones, comprendiendo sus supuestos y limitaciones con la finalidad de proporcionar herramientas cuantitativas que se aplican a los procesos productivos y la toma de decisiones.

Contenido Temático:

Unidad 1 Métodos cuantitativos y proceso de toma de decisiones

- 1.1 Análisis de la información, racionalidad y toma de decisiones.
- 1.2 Toma de decisiones y proceso de modelado por métodos cuantitativos.
- 1.3 Modelización, construcción y desarrollo de modelos.
- 1.4 Análisis de decisiones.
- 1.5 Utilidad y teoría de juegos.
- 1.6 Elaboración de pronósticos.

Unidad 2 Programación lineal

- 2.1 Método simplex.
- 2.2 Programación entera y por objetivos.
- 2.3 Métodos de transporte y asignación.
- 2.4 Aplicaciones de programación lineal.

Unidad 3 Modelos de toma de decisiones y de inventarios

- 3.1 Toma de decisiones bajo certidumbre, bajo riesgo, bajo incertidumbre y bajo conflicto.
- 3.2 Clasificación de los sistemas de inventarios.
- 3.3 Modelos de sistema de inventarios.
- 3.4 Sistema control de inventarios.
- 3.5 Inventarios y manejo de incertidumbre.



UAEM

Universidad Autónoma
del Estado de México

FACULTAD DE ECONOMÍA



Maestría en Creación y Estrategias de Negocios

Unidad 4 Análisis del punto de equilibrio y teoría de colas

- 4.1 Descripción, objetivos y medidas del sistema de colas.
- 4.2 Sistema de dos colas.
- 4.3 Distribuciones de poisson y exponencial.
- 4.4 Modelo múltiple de colas .

Unidad 5 Simulación

- 5.1 Procedimiento de simulación.
- 5.2 Modelo de Monte Carlo.
- 5.3 Simulación de toma de decisiones humanas.

Actividades de aprendizaje:

- Examen teórico: Consistirá en un examen escrito al término de la unidad de aprendizaje. Deberá contener la base teórica abordada durante el proceso de enseñanza aprendizaje.
- Examen práctico: Consistirá en la resolución escrita de ejercicios prácticos, que consideren los temas abordados durante el proceso de enseñanza, y que lleve a los estudiantes a consolidar sus conocimientos teóricos en el ámbito de las organizaciones.
- Proyecto de Aplicación del Conocimiento: Entregar en tiempo y forma, seleccionar, presentar y explicar de manera adecuada la aplicación de un proyecto para la toma de decisiones con base en el análisis y aplicación de métodos cuantitativos de alguna organización elegida por el alumno.

Procedimiento de Evaluación:

Producto de evaluación	Porcentaj
Examen teórico	25%
Examen práctico	35%
Aplicación y o proyecto	40%

Bibliografía

- Adair, J. (2007). *Toma de decisiones y resolución de problemas*. España: Nuevos Emprendedores.
- Amaya, J. (2010). *Toma de decisiones gerenciales: Métodos cuantitativos para la administración*. Colombia: ECOE.
- Anderson, D.R., Sweeney, D.J., Williams, T.A., Camm, J.D. & Martin, K. (2011). *Métodos cuantitativos para los negocios*. D.F.: Cengage Learning.
- Eppen, G., Gould, F., Schmidt, C., Moore, J. & Weatherford, L. (2000). *Investigación de Operaciones en la Ciencia Administrativa*. México: Pearson.



UAEM

Universidad Autónoma
del Estado de México

FACULTAD DE ECONOMÍA



Maestría en Creación y Estrategias de Negocios

- Gallagher, C., & Watson, H. (1998). *Métodos cuantitativos para la toma de decisiones en administración*. México: McGraw-Hill/Interamericana.
- Gil-Lafuente, A. (2013). *Decision making systems in business administration*. Singapur: World Scientific Publishing Co.
- Hanna, M., Render, B., & Stair, R. (2006). *Métodos cuantitativos para los negocios*. México: Pearson.
- Mojica, J. (2002). *Investigación de operaciones aplicada a las ciencias sociales*. México: Trillas.
- Mojica, J. (2002). *Toma de decisiones a través de métodos cuantitativos. Un enfoque algorítmico*. México: Trillas.
- Serra, D. (2004). *Métodos cuantitativos para la toma de decisiones*. España: Ediciones Gestión 2000.

Artículos científicos específicos de los temas. Se sugieren artículos de revistas científicas de alto impacto publicados en JCR (ISI-Thomson Reuters), Scopus, entre otros.



UAEM

Universidad Autónoma
del Estado de México

FACULTAD DE ECONOMÍA



Maestría en Creación y Estrategias de Negocios

Unidad de Aprendizaje:	Temas selectos en Economía			
------------------------	----------------------------	--	--	--

Periodo lectivo	Horas totales	Horas Teóricas	Horas Prácticas	Créditos
	4	2	2	6

Área:	Complementaria
-------	----------------

Unidades de Aprendizaje Antecedentes	Unidades de Aprendizaje Consecuentes
Ninguna	Ninguna

Fecha de elaboración: Enero, 2015	Elaboró: Dra. Eréndira Fierro Moreno
--------------------------------------	---

Objetivo general:

Integrar de manera teórico-práctica los enfoques y tendencias de vanguardia en los negocios; prevaleciendo la revisión de literatura científica, así como su lectura y análisis críticos desde un enfoque económico.

Contenido Temático:

Se construye para fortalecer los trabajos terminales de grado de los alumnos vinculado con los temas relacionados con la creación y con las estrategias de negocios desde un enfoque económico.

Actividades de aprendizaje: Lecturas, exposiciones y revisión de casos prácticos	
Procedimiento de Evaluación:	
Producto de evaluación	Porcentaje
Aplicación a productos de investigación	60%
Control de lecturas	20%
Ejercicios y tareas	20%

Bibliografía

Libros diversos según la temática.

Artículos científicos específicos de los temas de los trabajos terminales de grado. Se sugieren artículos de revistas científicas de alto impacto publicados en JCR (ISI-Thomson Reuters), Scopus, entre otros.



UAEM

Universidad Autónoma
del Estado de México

FACULTAD DE ECONOMÍA



Maestría en Creación y Estrategias de Negocios

Unidad de Aprendizaje:	Aplicación del Conocimiento I
------------------------	-------------------------------

Periodo lectivo	Horas totales	Horas Teóricas	Horas Prácticas	Créditos
Segundo	4	2	2	6

Área:	Aplicación del conocimiento
-------	-----------------------------

Unidades de Aprendizaje Antecedentes	Unidades de Aprendizaje Simultáneas	Unidades de Aprendizaje Consecuentes
Ninguna	Ninguna	Aplicación del conocimiento II y Aplicación del conocimiento III

Fecha de elaboración: Mayo, 2014	Elaboró: Dra. Eréndira Fierro Moreno Dra. Yuliana Gabriela Román Sánchez Dra. Wendy Ovando Aldana
-------------------------------------	--

Objetivo general: Revisar la literatura científica para el planteamiento de la aplicación innovadora del conocimiento a través de desarrollar un marco teórico y generar un modelo hipotético de aplicación.

Contenido Temático:	
Unidad 1	La literatura científica en el área de la ciencia económico y administrativa.
Unidad 2	Generación y uso de bases de datos (datos primarios y secundarios).
Unidad 3	Planteamiento del problema de la investigación.
Unidad 4	Plantear el objeto de aplicación del conocimiento
Unidad 5	Tipos de investigación.
Unidad 6	Revisión de literatura científica.
Unidad 7	Generación de un modelo hipotético y construcción del marco teórico.
Unidad 8	Definición de marco contextual.

Actividades de aprendizaje: Lecturas, exposiciones y reportes.							
Procedimiento de Evaluación:							
<table><tr><th>Producto de evaluación</th><th>Porcentaje</th></tr><tr><td>Avances del trabajo terminal de grado</td><td>70 %</td></tr><tr><td>Exposición individual o grupal</td><td>30</td></tr></table>	Producto de evaluación	Porcentaje	Avances del trabajo terminal de grado	70 %	Exposición individual o grupal	30	
Producto de evaluación	Porcentaje						
Avances del trabajo terminal de grado	70 %						
Exposición individual o grupal	30						



UAEM

Universidad Autónoma
del Estado de México

FACULTAD DE ECONOMÍA



Maestría en Creación y Estrategias de Negocios

	Nota: Esta unidad de aprendizaje la evaluará el tutor académico del alumno.	
--	--	--



UAEM

Universidad Autónoma
del Estado de México

FACULTAD DE ECONOMÍA



Maestría en Creación y Estrategias de Negocios

Bibliografía

- Ávila, H. (1996). *Introducción a la metodología de la investigación*. México: Eumed.
- Creswell, J. (2009). *Research Design. Qualitative, Quantitative, and Mixed Methods Approaches*. Estados Unidos de América: SAGE Publications Inc.
- Gómez, M. (2006). *Introducción a la metodología de la Investigación científica*. Argentina: Editorial Brujas
- Leedy, P. & Ormrod, J. E. (2001). *Practical Research. Planning and Design*. 7ª ed. New Jersey: Merrill Prentice Hall.
- Locke, L.F. Silverman, S.J. & Spirduso, W.W. (2010). *Reading and Understanding research*. Thousand Oaks, C.A: SAGE.
- Namakforoosh, M. (2005). *Metodología de la Investigación*. México: Limusa
- Pardinas, F. (1993). *Metodología y técnicas de investigación en Ciencias Sociales*. México: Siglo XXI, editores.
- Sampieri, R., Fernández C. & Baptista, P. (2014). *Metodología de la investigación*. México: McGraw-Hill.
- Artículos científicos específicos de los temas de los trabajos terminales de grado. Se sugieren artículos de revistas científicas de alto impacto publicados en JCR (ISI-Thomson Reuters), Scopus, entre otros.



UAEM

Universidad Autónoma
del Estado de México

FACULTAD DE ECONOMÍA



Maestría en Creación y Estrategias de Negocios

Unidad de Aprendizaje:	Aplicación del conocimiento II			
-------------------------------	---------------------------------------	--	--	--

Periodo lectivo	Horas totales	Horas Teóricas	Horas Prácticas	Créditos
Tercero	4	2	2	6

Área:	Aplicación del conocimiento
--------------	------------------------------------

Unidades de Aprendizaje Antecedentes	Unidades de Aprendizaje Simultáneas	Unidades de Aprendizaje Consecuentes
Aplicación del conocimiento I	Ninguna	Aplicación del conocimiento III

Fecha de elaboración: Mayo, 2014	Elaboró: Dra. Eréndira Fierro Moreno Dra. Yuliana Gabriela Román Sánchez Dra. Wendy Ovando Aldana
-------------------------------------	--

Objetivo general: Establecer el método de trabajo, el diseño de la investigación, definir la estrategia para la obtención de datos y realizar la recolección de los datos del trabajo terminal de grado.

Contenido Temático:	
Unidad 1	Objetivos, justificación y viabilidad de la investigación.
Unidad 2	Métodos de la investigación.
Unidad 3	Tipo y diseño de la investigación.
Unidad 4	Técnicas de recopilación y análisis de los datos.
Unidad 5	Alcance de la investigación.
Unidad 6	Recolección de los datos.

Actividades de aprendizaje: Lecturas, exposiciones y reportes.							
Procedimiento de Evaluación:							
<table><tr><th>Producto de evaluación</th><th>Porcentaje</th></tr><tr><td>Avances del trabajo terminal de grado</td><td>70%</td></tr><tr><td>Exposición</td><td>30%</td></tr></table>	Producto de evaluación	Porcentaje	Avances del trabajo terminal de grado	70%	Exposición	30%	
Producto de evaluación	Porcentaje						
Avances del trabajo terminal de grado	70%						
Exposición	30%						



UAEM

Universidad Autónoma
del Estado de México

FACULTAD DE ECONOMÍA



Maestría en Creación y Estrategias de Negocios

	Nota: Esta unidad de aprendizaje la evaluará el tutor académico del alumno.	
--	--	--



UAEM

Universidad Autónoma
del Estado de México

FACULTAD DE ECONOMÍA



Maestría en Creación y Estrategias de Negocios

Bibliografía

- Creswell, J. (2009). *Research Design. Qualitative, Quantitative, and Mixed Methods Approaches*. Estados Unidos de América: SAGE Publications Inc.
- De la Garza, M. & Egri, C. (2009). Análisis de la experiencia de negocios de pequeños empresarios canadienses con México, *Contaduría y Administración, Universidad Nacional Autónoma de México*, 227, 93-114.
- Díaz, V. (2009). *Análisis de datos de encuesta. Desarrollo de una investigación completa utilizando SPSS*. España: Editorial UOC.
- Escobar, M., Fernández, E. & Bernardi, F. (2012). *Análisis de datos con Stata*. España: Cuadernos metodológicos, Centro de Investigaciones Sociológicas.
- Hall, Nettleton, D. (2003). *Análisis de datos comerciales*. España: Díaz de Santos.
- Leedy, P. & Ormrod, J. E. (2001). *Practical Research. Planning and Design*. 7ª ed. New Jersey: Merrill Prentice Hall.
- Locke, L.F. Silverman, S.J. & Spirduso, W.W. (2010). *Reading and Understanding research*. Thousand Oaks, C.A: SAGE.
- Newbold, P. Carlson, W.L. & Thorne, B. M. (2013). *Estadística para administración y economía*. Madrid: Pearson
- Parra, J. (2002). Análisis exploratorio y análisis confirmatorio de datos. *Espacio Abierto*, 11(1), 115-124.
- Sampieri, R., Fernández C. & Baptista, P. (2014). *Metodología de la investigación*. México: McGraw-Hill.
- Artículos científicos específicos de los temas de los trabajos terminales de grado. Se sugieren artículos de revistas científicas de alto impacto publicados en JCR (ISI-Thomson Reuters), Scopus, entre otros.



UAEM

Universidad Autónoma
del Estado de México

FACULTAD DE ECONOMÍA



Maestría en Creación y Estrategias de Negocios

Unidad de Aprendizaje:	Aplicación del conocimiento III			
-------------------------------	--	--	--	--

Periodo lectivo	Horas totales	Horas Teóricas	Horas Prácticas	Créditos
Cuarto	4	2	2	6

Área:	Aplicación del conocimiento
--------------	------------------------------------

Unidades de Aprendizaje Antecedentes	Unidades de Aprendizaje Simultáneas	Unidades de Aprendizaje Consecuentes
Aplicación del conocimiento I y Aplicación del conocimiento II	Ninguna	Ninguna

Fecha de elaboración: Mayo, 2014	Elaboró: Dra. Eréndira Fierro Moreno Dra. Yuliana Gabriela Román Sánchez Dra. Wendy Ovando Aldana
-------------------------------------	--

Objetivo general:

Realizar el análisis de los datos así como la interpretación de los datos, y elaborar la propuesta de aplicación innovadora del conocimiento.

Contenido Temático:

Unidad 2 Análisis de datos.
Unidad 3 Discusión de resultados.
Unidad 4 Revisión del reporte final.
Unidad 5 Aplicación innovadora del conocimiento en la solución del problema de investigación.

Actividades de aprendizaje: Lecturas, exposiciones y reportes.

Procedimiento de Evaluación:

Producto de evaluación	Porcentaje
Avances del trabajo terminal de grado	70%
Exposición oral	30%



UAEM

Universidad Autónoma
del Estado de México

FACULTAD DE ECONOMÍA



Maestría en Creación y Estrategias de Negocios

Nota: Esta unidad de aprendizaje la evaluará el
tutor académico del alumno.



UAEM

Universidad Autónoma
del Estado de México

FACULTAD DE ECONOMÍA



Maestría en Creación y Estrategias de Negocios

Bibliografía

- Creswell, J. (2009). *Research Design. Qualitative, Quantitative, and Mixed Methods Approaches*. Estados Unidos de América: SAGE Publications Inc.
- De la Garza, M. & Egri, C. (2009). Análisis de la experiencia de negocios de pequeños empresarios canadienses con México. *Contaduría y Administración*, 227, 93-114.
- Díaz, V. (2009). *Análisis de datos de encuesta. Desarrollo de una investigación completa utilizando SPSS*. España: Editorial UOC.
- Escobar, M., Fernández, E. & Bernardi, F. (2012). *Análisis de datos con Stata*. España: Cuadernos metodológicos, Centro de Investigaciones Sociológicas.
- Hall, Nettleton, D. (2003). *Análisis de datos comerciales*. España: Díaz de Santos.
- Leedy, P. y Ormrod, J. E. (2001). *Practical Research. Planning and Design*. 7ª ed. New Jersey: Merrill Prentice Hall.
- Locke, L.F. Silverman, S.J. & Spirduso, W.W. (2010). *Reading and Understanding research*. Thousand Oaks. C.A: SAGE.
- Newbold, P. Carlson, W.L. y Thorne, B. M. (2013). *Estadística para administración y economía*. Madrid: Pearson
- Parra, J. (2002). Análisis exploratorio y análisis confirmatorio de datos. *Espacio Abierto*, 11 (1), 115-124.
- Sampieri, R., Fernández C. y Baptista, P. (2014). *Metodología de la investigación*. México: McGraw-Hill.
- Artículos científicos específicos de los temas de los trabajos terminales de grado. Se sugieren artículos de revistas científicas de alto impacto publicados en JCR (ISI-Thomson Reuters), Scopus, entre otros.



UAEM

Universidad Autónoma
del Estado de México

FACULTAD DE ECONOMÍA



Maestría en Creación y Estrategias de Negocios

Unidad de Aprendizaje:	Estancia Profesional
------------------------	----------------------

Periodo lectivo	Horas totales	Horas Teóricas	Horas Prácticas	Créditos
Cuarto	14	2	12	16

Área:	Aplicación del conocimiento
-------	-----------------------------

Unidades de Aprendizaje Antecedentes	Unidades de Aprendizaje Simultáneas	Unidades de Aprendizaje Consecuentes
Ninguna	Ninguna	Ninguna

Fecha de elaboración: Mayo, 2014	Elaboró: Dra. Eréndira Fierro Moreno
-------------------------------------	---

Objetivo general:

Allegarse de conocimientos, capacidades, prácticas y habilidades organizacionales y empresariales, con la finalidad de fortalecer con aspectos prácticos de la realidad laboral y profesional, el desarrollo del trabajo terminal de grado.

Contenido Temático:

No existe un contenido temático de la estancia profesional, ya que ésta se desarrollará para la adquisición de conocimientos, prácticas, capacidades y habilidades con la finalidad de fortalecer la formación profesional del maestro. Además, la estancia profesional incidirá para la consecución y terminación del trabajo terminal de grado.

Nota: Esta unidad de aprendizaje la evaluará el tutor académico a través de reportes semanales y la entrega de un proyecto final que evidencie el vínculo del trabajo terminal de grado con las actividades desarrolladas en la estancia profesional.

También será necesaria la presentación de una carta de terminación de la estancia profesional emitida por la organización en donde se desarrolló la Estancia Profesional. Esta constancia deberá especificar el total de horas de la estancia profesional.

La estancia profesional deberá cubrir al menos 12 horas a la semana y un período de 16 semanas.



UAEM

Universidad Autónoma
del Estado de México

FACULTAD DE ECONOMÍA



Maestría en Creación y Estrategias de Negocios

Actividades de Aprendizaje:

- Reportes semanales de las actividades desarrolladas.
- Proyecto final que evidencie el vínculo del trabajo terminal de grado con las actividades desarrolladas en la estancia profesional.

Procedimiento de Evaluación:

Producto de	Porcentaj
Reportes semanales	50%
Proyecto final	50%

Bibliografía

Creswell, J. (2009). *Research Design. Qualitative, Quantitative, and Mixed Methods Approaches*.

Estados Unidos de América: SAGE Publications Inc.

De la Garza, M. & Egri, C. (2009). Análisis de la experiencia de negocios de pequeños empresarios canadienses con México, *Contaduría y Administración, Universidad Nacional Autónoma de México*, 227, 93-114.

Díaz, V. (2009). *Análisis de datos de encuesta. Desarrollo de una investigación completa utilizando SPSS*. España: Editorial UOC.

Escobar, M., Fernández, E. & Bernardi, F. (2012). *Análisis de datos con Stata*. España: Cuadernos metodológicos, Centro de Investigaciones Sociológicas.

Hall, Nettleton, D. (2003). *Análisis de datos comerciales*. España: Díaz de Santos.

Leedy, P. & Ormrod, J. E. (2001). *Practical Research. Planning and Design*. 7ª ed. New Jersey: Merrill Prentice Hall.

Locke, L.F. Silverman, S.J. & Spirduso, W.W. (2010). *Reading and Understanding research*.

Thousand Oaks, C.A: SAGE.

Newbold, P. Carlson, W.L. & Thorne, B. M. (2013). *Estadística para administración y economía*.

Madrid: Pearson

Parra, J. (2002). Análisis exploratorio y análisis confirmatorio de datos. *Espacio Abierto*, 11(1), 115-124.

Sampieri, R., Fernández C. & Baptista, P. (2014). *Metodología de la investigación*. México: McGraw-Hill.



Maestría en Creación y Estrategias de Negocios

Artículos científicos específicos de los temas de los trabajos terminales de grado. Se sugieren artículos de revistas científicas de alto impacto publicados en JCR (ISI-Thomson Reuters), Scopus, entre otros.

El siguiente listado refiere a las unidades de aprendizaje que conforman los Cursos Complementarios A, B, C, D, y E, los cuales durante el desarrollo se pueden ir cursando dependiendo la línea de acentuación que se elija.

Cursos complementarios (optativos)* *De acuerdo con la Línea de Generación y Aplicación del Conocimiento y/o tema del trabajo terminal de grado.	Calidad de mejora de procesos
	Comportamiento y cultura organizacional
	Innovación y estrategia empresarial
	Modelos de negocios
	Liderazgo y desarrollo de habilidades directivas
	Administración de capital humano y gestión del conocimiento
	Alta dirección en PYMES y negocios
	Marco jurídico de las empresas y negocios
	Temas selectos en Administración
	Estrategias de mercadotecnia e investigación de mercados
	Investigación de operaciones
	Finanzas corporativas
	Administración de la producción y de operaciones
	Estadística aplicada a los negocios
	Métodos cuantitativos para la toma de decisiones en los negocios



UAEM

Universidad Autónoma
del Estado de México

FACULTAD DE ECONOMÍA



Maestría en Creación y Estrategias de Negocios

	Contabilidad financiera
	Temas selectos en Economía