

Unidades de aprendizaje de la Maestría en Creación y Estrategias de Negocios de la Universidad Autónoma del Estado de México

Diseño del plan y creación de negocios

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.

CONTENIDO TEMÁTICO:

Unidad I. Identificación del negocio y análisis cuantitativo y cualitativo.

- 1.1 Definición del proyecto, tipos de proyecto, razones para invertir, y proceso de preparación del mismo.
- 1.2 Identificación y análisis del concepto de plan de negocios.
- 1.3 Características generales del negocio a emprender.
- 1.4 Investigación cuantitativa y cualitativa de mercado (características del mercado e investigación de la competencia)
- 1.5 Aplicación de análisis FODA.
- 1.6 La estrategia de mercadotecnia (de producto, precio, promoción, canales de distribución, políticas y plan de mercadotecnia).

Unidad II. Estudio Técnico y de Impacto Ambiental.

- 2.1 Estructura del estudio técnico.
Contribución social del proyecto.
- 2.2 Descripción técnica del producto.
- 2.3 Determinación del tamaño de planta.
- 2.4 Maquinaria, equipamiento, materia prima y materiales.
- 2.5 Localización de la planta considerando el entorno macro, micro y las normas técnicas aplicables a la construcción.
- 2.6 Diagrama del proceso de producción y normas de calidad.
- 2.7 Determinación de costos de producción y de gastos de operación.
- 2.8 Estudio de impacto ambiental (normatividad de impacto ambiental, proceso de elaboración de estudio de impacto ambiental, estudio de impacto ambiental).

Unidad III. 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.
- 3.3 Identificación de empleos directos e indirectos a crearse.
- 3.4 Definición de la estructura legal de la empresa.
- 3.5 Régimen fiscal del negocio.
- 3.6 Identificación de dependencias u organismos competentes para registrar la apertura de una empresa.
- 3.7 Registro de marcas y patentes.

Unidad IV. Estudio Económico-Financiero

- 4.1 Estructura del estudio económico.
 - 4.2 Costo de inversión en maquinaria y equipo.
 - 4.3 Costo de fabricación del producto.
 - 4.4 Depreciación y amortización de la inversión fija.
 - 4.5 Presupuestos de producción y de ventas.
 - 4.6 Cronograma de inversiones e instalación.
 - 4.7 Determinación del capital de trabajo.
 - 4.8 Determinación del punto de equilibrio o producción mínima.
- Unidad V.

- 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 del proyecto.
- 5.4 Empleos generados por el proyecto (directos e indirectos).

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. México.

Entorno global y planeación estratégica en las organizaciones

Objetivo general:

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

Contenido temático:

- Unidad I. 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 II. Planeación estratégica y elaboración de escenarios
 - 2.1. Planeación estratégica-táctica operativa
 - 2.2. Análisis del sector, análisis de productos y mercados; análisis de inventario y selección
 - 2.3. Diseño de planeación estratégica
- Unidad III. 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
 - 3.4. Evaluación selectiva continua de partes del plan estratégico que requieren atención
- Unidad IV. 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. Riesgos y beneficios derivados de las estrategias de cooperación en el entorno global
 - 4.3. Definición, características e importancia del liderazgo estratégico

Bibliografía

- Fernández, A. (2004). *Dirección y planificación estratégicas en las empresas y las organizaciones*. España: Díaz de Santos
- Hitt, M., Ireland, R., y Hoskisson, R. (2004). *Administración Estratégica. Competitividad y Conceptos de Globalización*. Argentina: Thompson
- Ilundáin, J. (2001). *Factores de cambio en el entorno. Algunas orientaciones de la empresa*. España: ESIC
- Mintzberg, H., Brian., J. y Ghoshal, S. (2002). *El proceso estratégico*. España: Prentice Hall

Economía empresarial y manejo de escenarios

Objetivo general:

Proveer al alumno un acervo de conocimiento sobre cuestiones relacionadas con la economía, en particular respecto al análisis microeconómico.

Contenido temático:

Unidad I. Principios de economía

- 1.1. Conceptos básicos de economía
- 1.2. Principales problemas económicos
- 1.3. Evolución del sistema económico
- 1.4. Ramas de la economía

Unidad II. Introducción a la Teoría Microeconómica

- 2.1 Estructuras de mercado
- 2.1. Modelo de oferta y demanda de mercado
- 2.3. Equilibrio de mercado
- 2.4. Elasticidades de la demanda y la oferta

Unidad III. Teoría del Consumidor

- 3.1. Curvas de indiferencia y relación marginal de sustitución
- 3.2. Funciones de utilidad
- 3.3. Restricción presupuestal
- 3.4. Óptimo del consumidor y construcción de la curva de demanda del consumidor

Unidad IV. Teoría del Productor

- 4.1. Función de producción con un insumo variable
- 4.2. Etapas de la producción
- 4.3. Producto total con dos insumos variables
- 4.4 Maximización de la producción
- 4.5 Costos a corto y largo plazo

Unidad V. Introducción al 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. Incertidumbre y macroentorno empresarial

Bibliografía

Caldas, M. y Mùrias, M. (2008). *Iniciativa emprendedora 4 ESO*. España: Editex

Dorman, P. (2014). *Microeconomics. A fresh Start*. USA: Springer

Fernández, J. (2004). *El diseño de escenarios en el ámbito empresarial*. España: Pirámide

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

Graue, A. (2006). *Fundamentos de Economía*. México: Pearson

Evaluación económica, social y regional de proyectos

Objetivo general:

Analizar los conceptos y herramientas que permiten la identificación, formulación y evaluación de proyectos empresariales desde los ámbitos de viabilidad económica, social y regional.

Contenido temático:

- Unidad I. Etapas e identificación de proyectos
 - 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 II. Evaluación económica
 - 2.1. Costo de oportunidad y criterio de eficiencia
 - 2.3. Relación costo-beneficio y criterios de decisión
 - 2.4. Metodología de construcción y aplicación de los precios económicos
 - 2.5. Relaciones entre el proyecto y el sistema económico
- Unidad III. Evaluación social de proyectos
 - 3.1. Criterio de equidad
 - 3.2. Precios sombra
 - 3.3. Metodologías para la evaluación social de proyectos
 - Relaciones entre el proyecto y el contexto social
- Unidad IV. Evaluación regional de proyectos
 - 4.1. Metodologías para la evaluación regional de proyectos
 - 4.2. Relaciones entre el proyecto y el entorno regional

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

Calidad de mejora de procesos

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 I. 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 II. Sistemas de gestión de la calidad en los procesos
 - 2.1. Definición y componentes de los sistema de gestión de la calidad
 - 2.3. Diseño de un sistema de gestión de la calidad por procesos
 - 2.3. La organización en la gestión de la calidad por procesos
- Unidad III. 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
- Unidad IV. 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 V. 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

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

Comportamiento y Cultura Organizacional

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 I. 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 globalizadas.
- 1.3 La influencia del contexto y sus efectos en las organizaciones.
- 1.4 La responsabilidad social empresarial.
- 1.5 Prospectiva de las organizaciones, aspectos que las moldearán en el futuro.

Unidad II. La Cultura Organizacional. Conocer y analizar el concepto de Cultura Organizacional

- 2.1 Concepto de cultura. Marco Social
- 2.2 La cultura organizacional, sus características básicas.
- 2.3 Relaciones de la cultura con la estrategia y la estructura.
- 2.4 Tipos de cultura organizacional, sus fortalezas y debilidades.
- 2.5 La cultura de las organizaciones exitosas.
- 2.6 Valores y cultura.
- 2.7 La socialización organizacional.
- 2.8 El espíritu emprendedor.

Unidad III. 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 y competencias individuales.
- 3.3 Características de la atribución.
- 3.4 Actitudes de las personas.
- 3.5 Los paradigmas su significado y su forma de funcionamiento.
- 3.6 Importancia del estudio de la motivación en la cultura organizacional.
- 3.7 Modelo para interpretar el proceso de la motivación.
- 3.8 Teorías de la motivación.
- 3.9 Aplicación de las teorías de motivación.

Unidad IV. Liderazgo y Conflicto en las Organizaciones

- 4.1 Poder y dependencia en las organizaciones.
- 4.2 Gerencia y liderazgo.
- 4.3 Definiciones de liderazgo.

- 4.4 Tipos y estilos de liderazgo.
- 4.5 Competencias del líder.
- 4.6 Revisión de las principales teorías de liderazgo.
- 4.7 Los enfoques teóricos modernos y visión ampliada de liderazgo.
- 4.8 El concepto del coaching

Unidad V. Cambio y Desarrollo Organizacional

- 5.1 El cambio y la viabilidad organizacional
- 5.2 El concepto de ciclo de vida.
- 5.3 El modelo de cambio de K. Lewin.
- 5.4 El cambio y las personas.
- 5.5 Agentes de cambio. Resistencia al cambio y la forma de superarla.
- 5.6 El proceso de cambio.
- 5.7 El enfoque de Desarrollo Organizacional, sus características y tecnología de aplicación.

Bibliografía

- Chiavenato, I. (2004). *Comportamiento Organizacional*. México: Thomson.
- Davis, K. y Newstrom, J. (1998). *Comportamiento Humano en el trabajo*, México: Mc. Graw Hill.
- Echeverría, R. (1998). *Ontología del Lenguaje*. México: Dolmen/Granica.
- Herrero, S. (2009). *El Fenómeno de la RSE*. Argentina: Clarín/iEco/Materia Biz.
- Kreitner, R. y Kinicki, A. (2003). *Comportamiento de las organizaciones*. México: Mc Graw Hill.

Innovación y Estrategia Empresarial

Objetivo General:

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

Contenido Temático:

Unidad I. 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 Funciones de la estrategia en la empresa y/o negocio

1.4 Modelos y herramienta para formular estrategias

1.5 El Éxito de la estrategia

1.5.1 Caso práctico de estrategia de éxito

Unidad II. 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

Unidad III. 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 IV. 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

Bibliografía:

Ahmed, P. (2012). *Administración de la innovación*. México: Pearson.

Alonso, A. (2004). *Comercio electrónico: antecedentes, fundamentos y estado actual*. España: Dykinson.

Campa, F. (2009). *Guía práctica para la creación de empresas*. Tarragona: Universitat Rovira Virgili.

Fernández, F. (1999). *Estrategia Empresarial. Modelo Dinámico del Proceso Estratégico*. Madrid: AECA

Modelos de Negocios

Objetivo General:

Entender los modelos de negocios tradicionales y experimentales, así como su dinámica, técnicas de innovación, su posición respecto al panorama competitivo y las reformas que se pueden adaptar al modelo.

Contenido temático:

Unidad I. Naturaleza de los modelos de negocios

- I.1 ¿Qué es un modelo de negocio?
- I.2 Diferencia entre Plan de Negocios y Modelo de Negocios
- I.3 Elementos de un plan de negocios.
- 1.4 Macroentorno económico internacional
- 1.5 Macroentorno económico nacional
- 1.6 El diseño de los negocios en México:

Unidad 2. Caracterización de los tipos de negocios

- 2.1 Modelo de Negocios CANVAS de Osterwalder y Pigneur:
 - 2.1.1 El lienzo
 - 2.1.1.1 Segmentos de mercado
 - 2.1.1.2 Propuesta de valor
 - 2.1.1.3 Canales de comunicación y distribución
 - 2.1.1.4 Relaciones con los clientes
 - 2.1.1.5 Fuente de ingresos
 - 2.1.1.6 Recursos clave
 - 2.1.1.7 Actividades clave
 - 2.1.1.8 Aliados clave
 - 2.1.1.9 Estructura de costos
 - 2.1.1.10 La estrategia en el modelo CANVAS
 - 2.1.1.11 el proceso del modelo
- 2.2 Negocios desde la óptica de la base de la pirámide.
 - 2.2.1 El modelo de negocios de *Prahalad*: la base de la pirámide
 - 2.2.1.1 Generación de sinergias de entes involucrados.
 - 2.2.1.2 Organizaciones no gubernamentales (ONG).
 - 2.2.1.3 Grandes empresas domésticas.
 - 2.2.1.4 Corporaciones multinacionales.
 - 2.2.1.5 Agencias gubernamentales.

2.2.1.6 Los pobres como consumidores activos.

2.3 Modelos de negocio sustentables

2.3.1 ¿Qué es la sustentabilidad?

2.3.2 Características y prácticas en los modelos de negocio sustentables

2.3.3 Tendencias sustentables internacionales y nacionales

2.3.4 Empresas sustentables y con responsabilidad social.

2.4 Modelos de negocios electrónicos

2.4.1 Importancia del comercio electrónico

2.4.2 Negocio a negocio (Business-to-business)

2.4.3 Negocio a consumidor (Business-to-consumer)

2.4.4 E-tailing Modelo de comercio electrónico de venta al por menor

2.4.5 Negocio a negocio a consumidor Business-to-business-to-consumer

2.4.6 Consumidor a negocio (Consumer-to-business)

2.4.7 Consumidor a consumidor (Consumer-to-consumer)

2.4.8 Los modelos de negocio y redes sociales.

Unidad III Desarrollo de un modelo de negocio

3.1 Entorno de los nuevos modelos de negocios: economía social, sostenible y digital

3.2 La forma de emprender

3.2.1 Desde un producto o servicio

3.2.2 Desde un modelo de negocios

3.3 Detección de las necesidades y deseos del mercado: oportunidad de negocio

3.4 La Generación de la idea de negocio

3.5 El mapa de la empatía

3.6 Segmentación de mercado: cliente objetivo

3.6.1 Perfil del cliente objetivo

3.6.2 El entorno del cliente: que le ofrece el mercado, quienes son sus amigos, cual es el entorno en el que se mueve, que problemas le preocupa.

3.7 Estudio de la oferta y la demanda

3.8 La propuesta de valor: crear, entregar y capturar valor.

3.9 Canales de distribución

3.10. Aspectos financieros

Bibliografía:

Ancos F. H. (coord.) (2011) *Negocios inclusivos y empleo en la base de la pirámide*, España: Editorial Complutense. Colección Estudios Internacionales.

Gaspar M.J., (2010). *El plan de continuidad de negocio: Guía práctica para su elaboración*, España: Díaz de Santos.

Mutis, J. y Enric, J. (2008). *Innovación en los modelos de negocio: La Base de la Pirámide como campo de experimentación*, *Universia Business Review*, Portal Universia, España, 18, 10-27.

Osterwalder, A. y Pigneur, Y. (2010) *Generación del modelo de Negocios*, España: Centro Español de Derechos DEUSTO.

Liderazgo y Desarrollo de Habilidades Directivas

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 I. 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 Rasgos, comportamientos y relaciones
- 1.3 Estilos de liderazgo
- 1.4 Poder e influencia
- 1.5 Concepto y características del líder
- 1.6 Clasificación del líder

Unidad II. El Papel del directivo en las organizaciones

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

Unidad III. Comunicación en el liderazgo

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

Unidad IV. Liderazgo y su intervención directiva

- 4.1 Equipos en las organizaciones globales

- 4.2 Equipos eficientes
- 4.3 El reto del líder: los equipos virtuales y globales
- 4.4 Factores clave del liderazgo efectivo
- 4.5 El liderazgo como estrategia en la intervención directiva
 - 4.5.1 El liderazgo estratégico
- 4.6 Gestión de equipos de alto rendimiento
 - 4.6.1 El trabajo en equipo
 - 4.6.2 Los elementos y actitudes para trabajar en equipo
- 4.7 Técnicas de supervisión y empatía

Bibliografía

- Alles, M. (2008). *Dirección estratégica de recursos humanos, gestión por competencias*, Buenos Aires: Granica.
- Chiavenato, I. (2004). *Comportamiento organizacional*. México, Thomson.
- Drucker, P. (1997). *La gerencia de empresa*, México. Ed. Hermes/Plaza y Janes.
- Huerta, J. y Rodríguez, G. (2006). *Desarrollo de habilidades directivas*, México: Pearson Prentice Hall.
- Kinicki, A. y Kreitner R., (2003). *Comportamiento organizacional*, México: McGraw-Hill Interamericana.

Administración de capital humano y gestión del conocimiento

Objetivo general:

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

Contenido temático:

Unidad I. 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 II. Importancia del capital humano en los negocios

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

Unidad III. Gestión del conocimiento

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

Unidad IV. La nueva economía del conocimiento

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

Bibliografía

- Báez, J. (2006). *Innovación y Gestión del Conocimiento*. Madrid: Díaz de Santos.
- Calderón, G. y 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.**

Alta dirección en PYMES y negocios

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 Alta dirección.
- 1.2 Estrategia y alta dirección.
- 1.3 Equipos de Alta dirección.
- 1.4 Desarrollo Organizacional.
 - 1.4.1 Cambios estratégicos en las empresas.
 - 1.4.2 Modelos y entornos de desarrollo organizacional.
- 1.5 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.
- 2.2 Nuevos modelos de negocios.
- 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.

Bibliografía:

- Budjat, B. (2011). *Técnicas de negociación y resolución de conflictos*. México. Pearson.
- Dasí F., Martínez- Vilanova R. (2010). *Técnicas de Negociación: Un método práctico*. Madrid. ESIC.
- De Manuel, F. et. al. (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.

Temas selectos en Administración

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.

Bibliografía

Bases de datos de biblioteca digital:

- Redalyc
- EBSCOhost Research Databases
- Cengage Learning
CONRICyT

Estrategias de mercadotecnia e investigación de mercados

Objetivo general:

Analizar, estudiar y conocer las estrategias de mercadotecnia, investigación de mercados,

3.2 Métodos de identificación de la rivalidad competitiva

3.3 Evaluación competitividad comparada

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:

Unidad I. Fundamentos de mercadotecnia

1.1 Panorama general del marketing

1.2 Planeación estratégica para ser una empresa competitiva

Unidad II. 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 III. Análisis de la competencia y de los competidores

3.1 Competencia actual y potencial

3.4 Análisis de competidores

3.4.1 Precios

3.4.2 Envase

3.4.3 Promoción de ventas

3.4.4 Servicios de atención al cliente

Unidad IV. Desarrollo de la investigación de mercados

4.1 Técnicas de muestreo y estimación del tamaño de muestra

4.2 Técnicas de escalas: comparativas y no comparativas

4.3 Diseño de cuestionarios

4.4 Validez y confiabilidad

4.5 Prueba piloto

4.6 Análisis de datos

Bibliografía:

Aparicio, M. y 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.

Gutiérrez, R. (1999). *Ventas y mercadotecnia para la pequeña y mediana empresa*, México: Universidad Iberoamericana.

Investigación de operaciones

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 I. 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 II. Modelos determinísticos

- 1.1. Programación Matemática.
- 1.2. Programación Lineal
- 1.3. Formulación de Modelos

Formulación de Modelos de Programación Lineal.

Solución Gráfica.

Dualidad y análisis de sensibilidad.

Método simplex. Software para solución de casos prácticos.

Casos Especiales de Programación Lineal.

Unidad III. Problema del transporte

Transporte transbordo.

Problema de Asignación.

Formulación de casos prácticos

Unidad IV. Modelo de redes.

Ruta Crítica y PERT

Terminología y redes.

Planeación y control de proyectos con PERT-CPM.

Formulación de casos prácticos.

Bibliografía

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

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

Hiller, F. y Lieberman, G. (2010). *Intrdocucción a la Investigación de Operaciones*, México: McGraw Hill.

Finanzas Corporativas

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 I. Introducción a las finanzas corporativas

- 1) Importancia de la administración financiera en los negocios
- 2) Alcances y objetivos de las finanzas dentro de una empresa
- 3) El concepto de maximización del valor
- 4) Los Estados contables y las finanzas como lenguaje de las finanzas
- 5) Función de corto plazo y largo plazo en las estrategias financieras
- 6) El sistema financiero dentro de las organizaciones
- 7) El valor de dinero en el tiempo: TIR y VAN.

Unidad II. Diagnóstico y planificación financiera

1. Análisis financiero de las empresas a corto y largo plazo.
 - a. Liquidez y Solvencia,
 - b. Rentabilidad y Deuda
 - c. Rotación de activos y bursátiles
2. Ratios financieros múltiples: ROI, ROA, EVA, Dupont y su interpretación como indicadores
3. Estructura financiera de Capital: Costo Ponderado de Capital.
4. Teoría de portafolios de inversión.
5. El riesgo financiero: CAMP y beta de la empresa.
6. La planeación financiera a largo plazo: Estados financieros pro-forma
7. Administración para la creación de valor de la empresa.

Unidad III. Estrategias de financiamiento a corto plazo y largo plazo

1. La administración del efectivo a corto plazo
2. El endeudamiento óptimo
3. Política de dividendos
4. Financiamiento financiero a corto y largo plazo
5. Administración del crédito.
6. Arrendamiento.

Unidad IV. Finanzas Corporativas Internacionales

1. Mercados Financieros y su importancia en las finanzas empresariales
2. Mercado accionario y su valor dentro de ellos
3. Mercado de Derivados en las finanzas corporativas.

Bibliografía

Aguilar, I. (2009). *Finanzas corporativas en la práctica*, España: Delta publicaciones.
Bodie, Z. y Merton R. (2003). *Finanzas*, México: Pearson Educación.
Ehrhardt, M. y Brigham E. (2006). *Finanzas corporativas*, México: Cengage Learning.
Lacarte, J.M. (2012). *Finanzas Corporativas Aplicadas*, España: e-book.

Administración de la producción y de operaciones

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 I. 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 II. 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
- 2.5. Gráfica de Gant y Redes PERT-CPM

Unidad III. 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

Unidad IV. 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

Bibliografía

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

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

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

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

Estadística aplicada a los negocios

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 I. 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 II. 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
- Unidad III. Probabilidad
 - 3.1. Conceptos básicos de probabilidad
 - 3.2. Probabilidad condicional
 - 3.3. Teorema de bayes
 - 3.3. Reglas de conteo
- Unidad IV. 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 V. Análisis de regresión
 - 5.1. Regresión lineal simple
 - 5.2. Análisis de regresión múltiple

Bibliografía

- Anderson, D., Seeney, D., y Williams T. (2011). *Statistics for Business and Economics*. USA: South-Western Cengage Learning.
- Anderson, D., Seeney, D., Williams T., Camm, J., y 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
- Levine, D., Krehbiel, T., y Berenson, M. (2006). *Estadística para Administración*. México: Pearson Prentice Hall

Contabilidad Financiera

Objetivo general:

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

Contenido temático:

- Unidad I. 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 II. 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 III. 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
- Unidad IV. 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 V. 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

Bibliografía

- Arquero, J., Jiménez, S, y Ruiz, I. (2011). *Introducción a la contabilidad financiera*. España: Pirámide
- Guajardo, G., y Andrade, N. (2008). *Contabilidad financiera* (5ta. Edición). México: McGraw-Hill
- Guajardo, G. (2013). *Contabilidad financiera* (6ta. Edición). México: McGraw-Hill
- Gómez, F., y Rovira, M. (2000). *Contabilidad financiera*. España: Editorial Síntesis

Métodos cuantitativos para la toma de decisiones en la administración

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 I. 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
- Unidad II. Programación lineal
 - 2.1. Método simplex
 - 2.2. Programación entera y por objetivos
 - 2.3. Métodos de transporte y asignación
- Unidad III. Modelos de inventarios
 - 3.1. Clasificación de los sistemas de inventarios
 - 3.2. Modelos de sistema de inventarios
 - 3.3. Sistema Control de Inventarios
 - 3.4. Inventarios y manejo de incertidumbre
- Unidad IV. 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 V. Simulación
 - 5.1. Procedimiento de simulación
 - 5.2. Modelo de Monte Carlo
 - 5.3. Simulación de toma de decisiones humanas

Bibliografía

- Adair, J. (2007). *Toma de decisiones y resolución de problemas*. España: Nuevos Emprendedores
- Eppen, G., Gould, F., Schmidt, C., Moore, J. y Weatherford, L. (2000). *Investigación de Operaciones en la Ciencia Administrativa*. México: Pearson
- Gallagher, C., y Watson, H.(1998). *Métodos cuantitativos para la toma de decisiones en administración*. México: McGraw-Hill/Interamericana
- Mojica, J. (2002). *Investigación de operaciones aplicada a las ciencias sociales*. México: Trillas

Temas selectos en Economía

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 a partir de las necesidades del tutorado y los temas emergentes en negocios desde un enfoque económico.

Bibliografía

Bases de datos de biblioteca digital:

- Redalyc
- EBSCOhost Research Databases
- Cengage Learning

CONRICyT

Aplicación del conocimiento 1

Objetivo general:

Establecer el diseño de la investigación, seleccionar y estimar el tamaño de la muestra, incluir la estrategia para la obtención de datos.

Contenido temático:

Técnicas de trabajo intelectual

La literatura científica en el área de la ciencia económico administrativa

Caracterización del protocolo de investigación

Tipos de investigación

Planteamiento del problema

Construcción del marco teórico

Definición de marco contextual

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. (2001). *Practical Research Planning and Design*, New Jersey: Merrill Prentice Hall

Locke, L.F. Silverman, S.J.y Spirduso, W.W. (2010). *Reading and Understanding research*, Thousand Oaks, C.A: SAGE.

Aplicación del conocimiento 2

Objetivo general:

Realizar el análisis de los datos y elaborar el reporte final de investigación.

Contenido temático:

Objetivos, justificación y viabilidad de la investigación

Métodos de la investigación

Tipo y diseño de la investigación

Técnicas de recopilación y análisis de los datos

Alcance de la investigación

Elaboración de hipótesis. Modelo hipotético

Generación y uso de bases de datos (datos primarios y secundarios)

Bibliografía

Creswell, J. (2009). *Research Design. Qualitative, Quantitative, and Mixed Methods Approaches*, Estados Unidos de América: SAGE Publications Inc.

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

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

Aplicación del conocimiento 3

Objetivo general:

Realizar el análisis de los datos y elaborar el reporte final de investigación.

Contenido temático:

Recolección de los datos

Análisis de datos

Discusión de resultados

Revisión del reporte final

Aplicación innovadora del conocimiento en la solución del problema de investigación

Bibliografía

Creswell, J. (2009). *Research Design. Qualitative, Quantitative, and Mixed Methods Approaches*, Estados Unidos de América: SAGE Publications Inc.

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

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

Estancia Profesional

Objetivo general:

Aplicar los conocimientos y habilidades adquiridos en organizaciones relacionadas con el desarrollo del campo profesional, con la finalidad de fortalecer con aspectos prácticos de la realidad laboral y profesional el desarrollo del trabajo terminal de grado.

Contenido temático:

De acuerdo a la aplicación de conocimientos y habilidades para fortalecer el desarrollo del trabajo terminal de grado