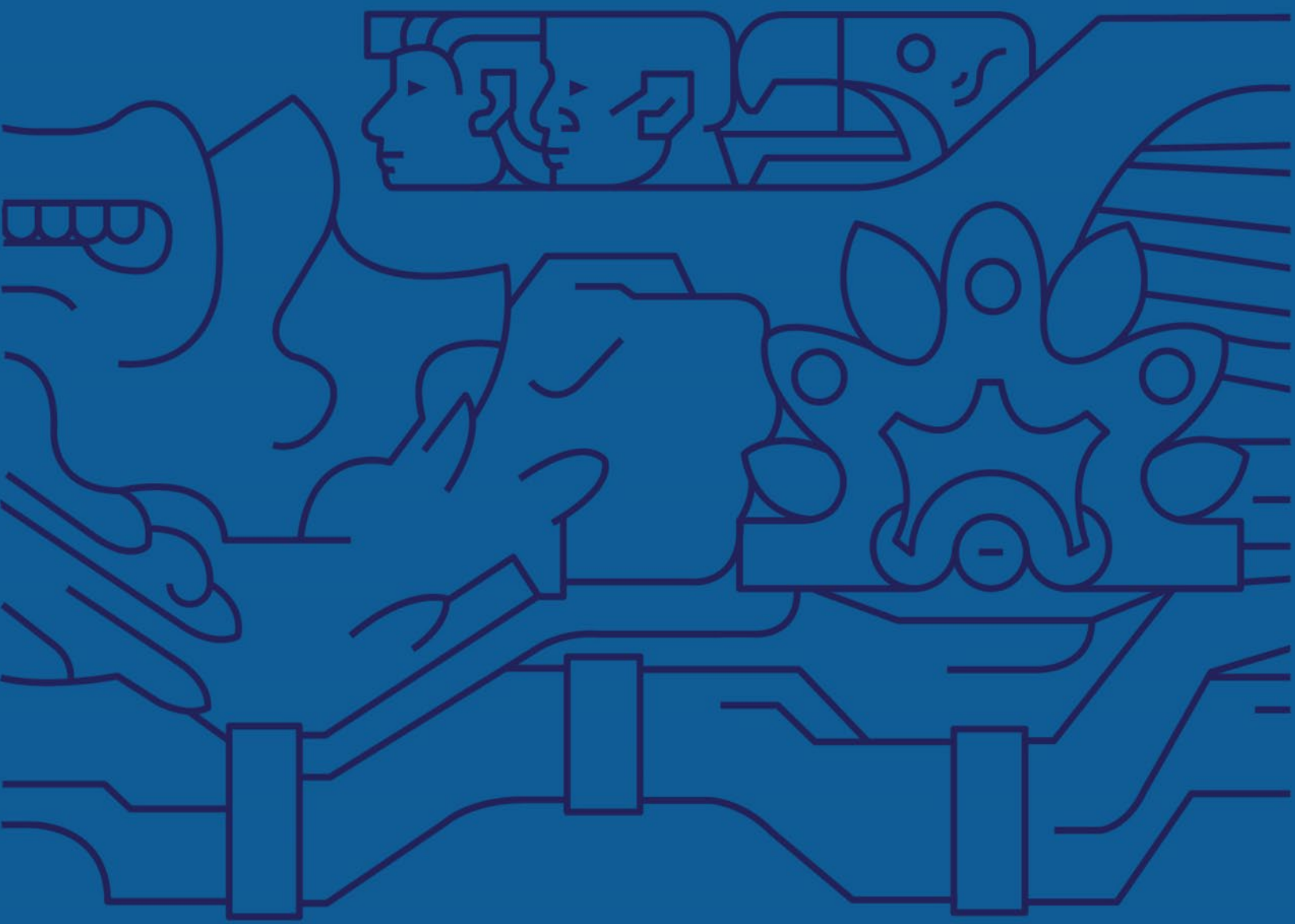


Programas de los Cursos

Maestría en
Administración
Empresarial



TECNOLÓGICO
DE MONTERREY



PROGRAMAS DE ESTUDIO

DENOMINACIÓN DE LA ASIGNATURA O UNIDAD DE APRENDIZAJE

Métodos cuantitativos para la toma de decisiones

CICLO ESCOLAR

Trimestre Remedial

CLAVE DE UNIDAD DE APRENDIZAJE

AD4035

FINES DEL APRENDIZAJE O FORMACIÓN

Al finalizar el curso el alumno será capaz de:

- Describir las características de un conjunto de datos a través de estadística descriptiva.
- Utilizar métodos gráficos para representar los datos y resaltar sus características principales.
- Explicar la distribución normal, su importancia y sus principales aplicaciones.
- Demostrar si existe diferencia estadística significativa entre dos conjuntos de datos.
- Interpretar correlaciones entre datos y graficar líneas de regresión a partir de una gráfica de dispersión en Ms Excel.
- Utilizar el Solver de Ms Excel para encontrar el máximo, el mínimo o un valor meta en un problema de investigación operativa.
- Examinar los datos de un estudio de simulación por computadora.
- Construir tablas dinámicas en Ms Excel.
- Describir aplicaciones específicas de inteligencia de negocios.

CONTENIDO TEMÁTICO

1. Fundamentos de Estadística.
 - 1.1 Estadística descriptiva.
 - 1.2 Representación gráfica de datos.
 - 1.3 Distribución normal.
 - 1.4 Temas selectos de estadística inferencial.
 - 1.5 Regresión y Correlación.

2. Fundamentos de Investigación de Operaciones.
 - 2.1 Problemas de optimización.
 - 2.2 Ms Excel Solver.
 - 2.3 Simulación por computadora.

3. Fundamentos de Inteligencia de Negocios.
- 3.1 Tablas dinámicas.
- 3.2 Temas específicos de inteligencia de negocios.

ACTIVIDADES DE APRENDIZAJE

Actividades de aprendizaje conducidas por un docente:

1. Presentación del tema y realización de un ejemplo en Blackboard Collaborate o plataforma afín con el fin de desarrollar el pensamiento crítico del alumno.
2. Explicación de la práctica a realizar de manera independiente y desarrollo de la comunicación activa a través de la técnica de la pregunta.

Actividades de aprendizaje independiente:

1. Leer el capítulo del libro recomendado por el docente.
2. Realizar la práctica diseñada por el docente y publicar la evidencia de realización de la misma.
3. Realizar una actividad colaborativa en donde se aplique el tema estudiado en un caso práctico en una empresa.
4. Discutir en el foro de discusión los aprendizajes obtenidos en el tema.

CRITERIOS DE EVALUACIÓN

Para la evaluación del aprendizaje de los alumnos se cuenta con procedimientos y criterios que permiten dar seguimiento y evaluar los resultados del proceso de aprendizaje. Los procedimientos y la ponderación de cada uno de ellos son los siguientes:

- 35% --- Realización de prácticas individuales.
- 40% ---Realización de actividades colaborativas.
- 10% ---Examen de medio término.
- 15% ---Examen final.

DENOMINACIÓN DE LA ASIGNATURA O UNIDAD DE APRENDIZAJE

Análisis e interpretación de la información financiera

CICLO ESCOLAR

Trimestre Remedial

CLAVE DE UNIDAD DE APRENDIZAJE

FZ4017

FINES DEL APRENDIZAJE O FORMACIÓN

Al finalizar el curso el alumno será capaz de:

- Conocer el papel que desempeña la información financiera en las organizaciones económicas.
- Identificar los usos y los usuarios de la información financiera y el tipo de decisiones que toman.
- Comprender los conceptos básicos de la información financiera, el contenido de los cuatro estados financieros básicos y los fundamentos del análisis e interpretación de estados financieros.

CONTENIDO TEMÁTICO

1. Procesos de negocios y el ciclo contable.

1.1 Importancia del sistema de información financiera en la toma de decisiones.

1.2 Elementos de la ecuación contable y las transacciones de negocios.

1.3 Diferentes tipos de organizaciones y sus operaciones.

1.4 Características contables de cada tipo de organización.

1.5 El ciclo contable y su relación con los sistemas ERP.

2. Estados financieros básicos.

2.1. Estado de resultados.

2.2 Estado de Cambios en capital contable.

2.3 Estado de situación financiera.

2.4 Estado de flujos de efectivo.

2.5 Flujos de información, notas a los estados financieros y reportes anuales.

2.6 El efecto de la inflación en los estados financieros e introducción a la re-expresión.

3. Introducción al análisis financiero.

3.1 Uso de bases de datos económicas y financieras.

3.2 Introducción a los conceptos de liquidez, rentabilidad, solvencia y apalancamiento.

4. Técnicas de análisis e interpretación de estados financieros.

4.1 Herramientas del análisis financiero.

4.1.1 Razones financieras.

4.1.2 Tendencia.

4.1.3 Porcentajes integrales.

4.2 Análisis de liquidez.

4.2.1 Medidas principales de liquidez.

4.3 Análisis de Actividad.

4.3.1 Medidas principales de actividad.

4.4 Análisis de rentabilidad.

4.4.1 Dimensiones de la rentabilidad.

4.5 Análisis de Apalancamiento.

4.5.1 Significado de apalancamiento.

4.5.2 Medidas principales del apalancamiento.

4.6 Estrategia de la compañía.

4.7 Análisis de la industria.

ACTIVIDADES DE APRENDIZAJE

Actividades de aprendizaje conducidas por un docente:

1. Presentación del tema y realización de un ejemplo en blackboard collaborate o plataforma afín con el fin de desarrollar el pensamiento crítico en los alumnos.
2. Explicación de la práctica a realizar de manera independiente utilizando la técnica de la pregunta.

Actividades de aprendizaje independiente:

1. Leer el capítulo del libro recomendado por el docente.
2. Realizar ejercicios y problemas de los capítulos.
3. Realizar un proyecto en equipo.
4. Discutir en el foro de discusión los aprendizajes obtenidos en el tema.

CRITERIOS DE EVALUACIÓN

Para la evaluación del aprendizaje de los alumnos se cuenta con procedimientos y criterios que permiten dar seguimiento y evaluar los resultados del proceso de aprendizaje. Los procedimientos y la ponderación de cada uno de ellos son los siguientes:

20% --- Ejercicios individuales.

20% --- Problemas.

30% ---Examen final.

30% ---Proyecto final colaborativo.

DENOMINACIÓN DE LA ASIGNATURA O UNIDAD DE APRENDIZAJE

Responsabilidad social, ética y sostenibilidad

CICLO ESCOLAR

Primer Trimestre

CLAVE DE UNIDAD DE APRENDIZAJE

AD4036

FINES DEL APRENDIZAJE O FORMACIÓN

Al finalizar el curso el alumno será capaz de:

- Desarrollar y perfeccionar su habilidad de análisis basado en la razón, para interpretar la experiencia, o aprendizaje del pasado, con el fin de determinar los valores que valen la pena comprender, a fin de planear e implantar estrategias y acciones éticas y sustentables que coadyuven al crecimiento personal y organizacional (empresarial, social, gubernamental, ONG's).
- Ser sensible sobre la realidad del mundo y la sociedad, su responsabilidad social y ética, con una visión estratégica orientada hacia acciones sustentables, significando la diferencia entre ser una persona y una organización centrada únicamente en productos y rentabilidad, a ser un profesional más capaz para generar riqueza sustentable cumpliendo su misión en la sociedad para satisfacer sus necesidades.

CONTENIDO TEMÁTICO

1. Entorno empresarial y desarrollo sostenible.
 - 1.1. Contexto del entorno empresarial actual.
 - 1.2. El desarrollo sostenible para la organización del siglo XXI.
 - 1.3. Empresa y sociedad.

2. La ética y las organizaciones.
 - 2.1. Ética filosófica.
 - 2.2. Definición de ética.
 - 2.3. Introducción a la ética en los negocios.
 - 2.4. Toma de decisiones éticas.
 - 2.5. Dilemas éticos.

3. Stakeholders y la interacción empresarial.
 - 3.1. Los grupos de interés para la empresa.
 - 3.2. Stakeholders y stockholders.
 - 3.3. Gobierno corporativo.
 - 3.4. Derechos de los grupos de interés y la interacción de la empresa con ellos.

4. La ética y sus campos de actuación.
 - 4.1. Los ámbitos de la ética en los negocios: ética financiera, ética operacional, ética comercial, ética integral.
 - 4.2. Cultura organizacional.
 - 4.3. Código de conducta.
 - 4.4. Ética personal.
 - 4.5. El análisis de las situaciones éticas.
 - 4.6. Compliance.

5. Responsabilidad social corporativa.
 - 5.1. Definición de responsabilidad social corporativa.
 - 5.2. Más allá de la filantropía empresarial y la mercadotecnia social.
 - 5.3. El Pacto Mundial y las empresas con responsabilidad social corporativa.
 - 5.4. Balance social y reportes de ética empresarial.

6. Sostenibilidad.
 - 6.1. Sostenibilidad y Sustentabilidad.
 - 6.2. La exigencia empresarial frente a la sustentabilidad.
 - 6.3. Los objetivos de desarrollo sostenible ODS.
 - 6.4. Sustentabilidad empresarial.
 - 6.5. Sustentabilidad personal.

ACTIVIDADES DE APRENDIZAJE

Actividades de aprendizaje conducidas por un docente:

1. Exposición del marco teórico que sustenta los temas clave del curso: Responsabilidad Social Corporativa, Ética y Sustentabilidad, ilustrando aplicaciones sobre los mismos y diseño de actividades que promuevan el aprendizaje y razonamiento crítico del alumno

Actividades de aprendizaje independiente:

2. El alumno analiza cada tema de negocios en función de la guía facilitada para esos efectos y como consecuencia diseñar programas adecuados de acción:
3. Soluciona de problemas y casos prácticos, tanto de manera individual como grupal, mediante las discusión sobre el contexto de situaciones y casos prácticos, estableciendo una relación con los conceptos de Responsabilidad Social, Ética y Sustentabilidad.

4. Aplica todos los conceptos del curso a través del desarrollo de un proyecto mediante la metodología de POL, con aplicación práctica a una organización real.
5. Realiza lectura de un texto sobre la temática del que se desprende un análisis crítico individual.

CRITERIOS DE EVALUACIÓN

Para la evaluación del aprendizaje de los alumnos se cuenta con procedimientos y criterios que permiten dar seguimiento y evaluar los resultados del proceso de aprendizaje. Los procedimientos y la ponderación de cada uno de ellos son los siguientes:

10% --- Examen parcial. Se evalúa la comprensión y aplicación de conceptos sobre ética y responsabilidad social a la mitad del curso.

10% --- Examen final integrador. Se evalúa el conocimiento aplicativo mediante criterio, de los contenidos de todo el curso al finalizar el mismo.

30% --- Proyecto integrador. Se evalúa la capacidad de análisis e instrumentación de un caso práctico al interior de una empresa sobre los temas desarrollados en el curso.

20% --- Análisis y desarrollo de casos sobre las diversas temáticas del curso.

10% --- Participación activa en los foros de discusión generados alrededor de dos temas del curso, uno sobre ética y otro sobre responsabilidad social.

15% --- Desarrollo de 3 mapas conceptuales generados a partir de los avances secuenciales del curso.

5% --- Desarrollo de un ejercicio sobre el balance social de una empresa, basado en la selección de tres organizaciones elegidas por el alumno.

DENOMINACIÓN DE LA ASIGNATURA O UNIDAD DE APRENDIZAJE

Administración y filosofía empresarial

CICLO ESCOLAR

Primer Trimestre

CLAVE DE UNIDAD DE APRENDIZAJE

AD4037

FINES DEL APRENDIZAJE O FORMACIÓN

Al finalizar el curso el alumno será capaz de:

- Analizar la importancia de la administración, su proceso y su utilidad para generar valor en las organizaciones.
- Obtener un conocimiento general del avance científico de la teoría y de los procesos de la administración.
- Conocer la evolución de las diversas escuelas de pensamiento de la administración y su relación con la filosofía empresarial.
- Desarrollar una comprensión integral de los paradigmas clásicos de la administración y compararlos con los desarrollos contemporáneos usados en la actualidad.
- Profundizar en el conocimiento de la administración para poder integrar la filosofía empresarial desde una perspectiva multidisciplinaria.
- Comparar y contrastar la evolución de las teorías de la administración desde una posición conceptual crítica, experiencia práctica y visión local-global.

CONTENIDO TEMÁTICO

1. Introducción a la administración, su entorno en los negocios y su relación con la filosofía empresarial.
2. La evolución e interpretación del pensamiento administrativo.
3. Integración del proceso de administración; auto administración, administración del contexto, administración de la acción y el cambio.
4. Los ambientes de negocios actuales y la generación de valor en las organizaciones.
5. Tendencias, paradigmas y nuevos modelos de gestión: competencias, innovación, coaching ejecutivo, etc. e internacionalización de los negocios.

6. El administrador y la ética, sus actitudes, valores y cultura de trabajo.
7. El administrador como tomador de decisiones.

ACTIVIDADES DE APRENDIZAJE

Actividades de aprendizaje conducidas por un docente:

1. Exposición del marco teórico que sustenta los temas clave del curso: Administración y filosofía empresarial.

Actividades de aprendizaje independiente:

Los participantes deberán analizar cada tema de negocios en función de la guía facilitada para esos efectos y como consecuencia diseñar programas adecuados de acción:

1. Solución de problemas y casos prácticos, tanto de manera individual como grupal, mediante las discusiones sobre el contexto de situaciones y casos prácticos, estableciendo una relación con los conceptos de Administración, Ética y Roles del Administrador.
2. Aplicación de todos los conceptos del curso a través del desarrollo de un proyecto mediante la metodología de POL, con aplicación práctica a una organización real.
3. Lectura de un texto sobre la temática del que se desprende un análisis crítico individual.

CRITERIOS DE EVALUACIÓN

Para la evaluación del aprendizaje de los alumnos se cuenta con procedimientos y criterios que permiten dar seguimiento y evaluar los resultados del proceso de aprendizaje. Los procedimientos y la ponderación de cada uno de ellos son los siguientes:

- 30% --- Examen de medio término.
- 20% --- Actividades de aprendizaje individuales.
- 20% --- Proyecto final colaborativo.
- 30% --- Examen final.

DENOMINACIÓN DE LA ASIGNATURA O UNIDAD DE APRENDIZAJE

Gestión y dirección del capital humano

CICLO ESCOLAR

Segundo Trimestre

CLAVE DE UNIDAD DE APRENDIZAJE

AD4038

FINES DEL APRENDIZAJE O FORMACIÓN

Al finalizar el curso el alumno será capaz de:

- Planear el desarrollo del capital humano de su unidad de trabajo (o de negocio) con base en el análisis de la estrategia y objetivos clave de su organización.
- Rediseñar y proyectar la organización de su unidad de trabajo (o de negocio) con el fin de optimizar el funcionamiento del equipo de trabajo con el que labora.
- Precisar cuál es el rol que debe desempeñar como cliente interno en los procesos de gestión de capital humano, con el fin de incrementar la eficacia de la función de RRHH y optimizar los resultados.
- Identificar, con el fin de aplicarlos en la práctica, aquellos factores que pueden ser claves para dirigir personas y equipos de trabajo de manera efectiva.

CONTENIDO TEMÁTICO

1. La necesaria migración de RRHH a CH.
 - 1.1 La remodelación de la gestión de negocios, la fuerza de trabajo y el trabajo mismo.
 - 1.2 La evolución de la gestión del capital humano.
 - 1.3 De la gestión del talento a la gestión de la experiencia laboral de los trabajadores.
 - 1.4 La necesidad de migrar de una administración de RRHH a una dirección y desarrollo del capital humano.
2. Yo como gestor del capital humano.
 - 2.1 La nueva gestión de capital humano: todo parte de la estrategia de la organización.
 - 2.2 Captación, retención, desarrollo, evaluación, compensación y separación de personal bajo una nueva perspectiva.
 - 2.3 Mi rol como optimizador de los procesos de capital humano: desde la entrevista de selección hasta la entrevista de salida.
 - 2.4 Objetivos clave de la organización y la planeación y desarrollo del capital humano.
 - 2.5 Rediseño de la organización de mi unidad de trabajo (o de negocio).

3. Yo como director de personas
 - 3.1 Las personas pensamos diferente: ¿cómo piensan mis trabajadores?
 - 3.2 De grupos a equipos de trabajo.
 - 3.3 El liderazgo está sobrevaluado. Busquemos ser buenos jefes, primero.
 - 3.4 Manejo productivo del conflicto humano
 - 3.5 El grado de compromiso del personal depende, en gran parte, de mí.
 - 3.6 El dominio personal y el ego: claves para lograr comunicación positiva.

ACTIVIDADES DE APRENDIZAJE

Actividades de aprendizaje conducidas por un docente:

1. Exposición del marco teórico que sustenta los temas clave del curso: estrategia y cultura del negocio; las nuevas maneras de captar, desarrollar, retener, evaluar, retribuir y separar personal y como dirigir personas y equipos de trabajo.
2. Discusiones sobre la solución de problemas y casos prácticos, estableciendo una relación con conceptos de dirección de personas y equipos de trabajo.

Actividades de aprendizaje independiente:

1. Solución de problemas y casos prácticos, tanto de manera individual como grupal, que refuercen el aprendizaje y fomenten la responsabilidad y disciplina de los alumnos, así como su capacidad de análisis.
2. Aplicación de todos los conceptos del curso en un proyecto de campo llevado a cabo en equipo.

CRITERIOS DE EVALUACIÓN

Para la evaluación del aprendizaje de los alumnos se cuenta con procedimientos y criterios que permiten dar seguimiento y evaluar los resultados del proceso de aprendizaje. Los procedimientos y la ponderación de cada uno de ellos son los siguientes:

- 30%--- 2 exámenes parciales acumulativos. Se evalúa la comprensión y aplicación de conceptos sobre conservación de la materia y el uso de materiales en los procesos químicos.
- 30%--- Actividades en foro semanal, tareas e investigaciones.
- 40% --- Proyecto de campo. Se evalúa la aplicación en campo de los conocimientos adquiridos en el trimestre.

DENOMINACIÓN DE LA ASIGNATURA O UNIDAD DE APRENDIZAJE

Economía gerencial

CICLO ESCOLAR

Segundo Trimestre

CLAVE DE UNIDAD DE APRENDIZAJE

EC4019

FINES DEL APRENDIZAJE O FORMACIÓN

Al finalizar el curso el alumno será capaz de resolver los casos propuestos aplicando el análisis microeconómico y de organización industrial en las decisiones gerenciales de las organizaciones empresariales.

CONTENIDO TEMÁTICO

1. Introducción a la economía gerencial.
 - 1.1. El análisis económico en la empresa.
 - 1.2. Separación de la propiedad y el control de la empresa.
 - 1.3. El valor de la empresa.
 - 1.4. El análisis marginal para la toma de decisiones.
2. La demanda de mercado y la empresa.
 - 2.1. Determinantes de la demanda.
 - 2.2. La sensibilidad de la demanda.
3. La oferta de la empresa y de mercado.
 - 3.1. Determinantes de la oferta.
 - 3.2. La sensibilidad de la oferta.
4. El equilibrio de mercado.
 - 4.1. Formación de precios.
 - 4.2. Excedente del consumidor.
 - 4.3. Excedente del productor.
5. Técnicas básicas de estimación econométrica.
 - 5.1. Modelos de regresión lineal y no lineal para la toma de decisiones gerenciales.
 - 5.2. Evaluación de modelos de regresión.
 - 5.3. Tendencias y pronósticos.
6. Producción y costos en la empresa.
 - 6.1. La función de producción.

- 6.2. Producto marginal.
- 6.3. Ley de rendimientos marginales decrecientes.
- 6.4. Insumos fijos y variables.
- 6.5. La función de costos.
- 6.6. Costo marginal.
- 6.7. Costos fijos y variables.
- 6.8. Decisiones de producción.

- 7. Decisiones gerenciales en mercados competitivos.
 - 7.1. Naturaleza de los mercados competitivos.
 - 7.2. Decisiones de producción.

 - 7.3. Maximización del beneficio.

- 8. Decisiones gerenciales en mercados concentrados.
 - 8.1. Tipos y naturaleza de los mercados concentrados.
 - 8.2. Decisiones de producción.
 - 8.3. Maximización del beneficio.
 - 8.4. Prácticas de precios.
 - 8.5. Decisiones estratégicas interdependientes.

- 9. Decisiones gerenciales bajo condiciones de riesgo o incertidumbre.
 - 9.1. Riesgo e incertidumbre.
 - 9.2. Medición del riesgo.
 - 9.3. Utilidad esperada de la gerencia en la toma de decisiones.

- 10. El comercio y las finanzas internacionales en la empresa.
 - 10.1 Barreras al comercio internacional.
 - 10.2 Mercado cambiario.

- 11. Regulación de la empresa.
 - 11.1 Poder de mercado y eficiencia económica.
 - 11.2 Externalidades y eficiencia económica.
 - 11.3 Poder de mercado y política pública.

ACTIVIDADES DE APRENDIZAJE

Actividades de aprendizaje conducidas por un docente:

1. Lecturas críticas del libro de texto. Las lecturas asignadas en cada tema forman parte central del aprendizaje.
Cada lectura es la fuente principal del conocimiento que se pretende lograr para alcanzar los objetivos planteados en cada tema.
2. Explicaciones sobre los temas. Para cada uno de los temas, el profesor explica los puntos básicos para lograr una mejor comprensión de cada uno de los temas abordados en el curso.
3. Solución de ejercicios prácticos. Los ejercicios refuerzan el aprendizaje de los temas.

Actividades colaborativas de aprendizaje:

1. Solución de casos. Mediante la solución de casos, se aplican los temas aprendidos a situaciones reales.

CRITERIOS DE EVALUACIÓN

Para la evaluación del aprendizaje de los alumnos se cuenta con procedimientos y criterios que permiten dar seguimiento y evaluar los resultados del proceso de aprendizaje. Los procedimientos y la ponderación de cada uno de ellos son los siguientes:

- 05% ---Examen sobre las políticas y el contenido del curso.
- 30% ---Exámenes parciales.
- 10% ---Ejercicios individuales semanales.
- 35% ---Solución colaborativa de casos.
- 20% --- Examen final.

DENOMINACIÓN DE LA ASIGNATURA O UNIDAD DE APRENDIZAJE

Administración financiera

CICLO ESCOLAR

Tercer Trimestre

CLAVE DE UNIDAD DE APRENDIZAJE

AD4039

FINES DEL APRENDIZAJE O FORMACIÓN

Al finalizar el curso el alumno será capaz de:

- Conocer, analizar y usar los conceptos y herramientas del área de finanzas para enfrentar la volatilidad de los mercados financieros, y diagnosticar la forma en que la empresa se ve afectada por la mencionada volatilidad.
- Analizar y valorar decisiones de inversión, tanto en activos financieros como reales, que maximicen el valor de la empresa.
- Identificar áreas de oportunidad para encontrar soluciones a los problemas de sostenibilidad, y de responsabilidad social, que enfrentan las empresas modernas.
- Aplicar los conceptos y herramientas financieras para aprovechar las oportunidades que presenta el entorno internacional como otra fuente de generación de valor.

CONTENIDO TEMÁTICO

1. Introducción a la administración financiera.
 - 1.1 ¿Qué son las finanzas?.
 - 1.2 Importancia de las finanzas en las áreas no financieras.
 - 1.3 Diferentes formas de organización empresarial.
 - 1.4 Iniciativas de la administración para maximizar la riqueza de los accionistas.
 - 1.5 Funciones de los administradores como agentes de los accionistas.
 - 1.6 Ética en los negocios.
 - 1.7 Gobierno corporativo.

2. Análisis de estados financieros.
 - 2.1 Estados financieros.
 - 2.2 ¿Cómo utilizan los inversionistas los estados financieros?.
 - 2.3 Análisis (razones) de estados financieros.
 - 2.4 Resumen del análisis de razones: el análisis DuPont.
 - 2.5 Usos y limitaciones del análisis de razones.

3. Los mercados financieros y la banca de inversión.
 - 3.1 Concepto de mercados financieros.
 - 3.2 Tipos de mercados financieros.
 - 3.3 Regulación de los mercados de valores.
 - 3.4 La banca de inversión.
 - 3.5 Intermediarios financieros y su función en los mercados financieros.

4. Valor del dinero en el tiempo.
 - 4.1 Valor futuro de una cantidad única.
 - 4.2 Valor presente de una cantidad única.
 - 4.3 Valor futuro de una anualidad.
 - 4.4 Valor presente de una anualidad.
 - 4.5 Solución para el tiempo y las tasas de interés.
 - 4.6 Perpetuidades.
 - 4.7 Valor futuro de una corriente desigual de flujos de efectivo.
 - 4.8 Niveles de tasas de interés.
 - 4.9 Determinantes de las tasas de interés en el mercado.
 - 4.10 Estructura de plazos de la tasa de interés.

5. Valuación de bonos.
 - 5.1 Características de la deuda.
 - 5.2 Tipos de deuda.
 - 5.3 Características del contrato de bonos.
 - 5.4 Clasificación de bonos.
 - 5.5 Valuación de bonos.
 - 5.6 Determinación de los rendimientos de los bonos: rendimiento al vencimiento y rendimiento a la recompra.
 - 5.7 Cambios en los valores de los bonos al paso del tiempo.
 - 5.8 Riesgo de la tasa de interés de un bono.

6. Acciones: características y valuación.
 - 6.1 Acciones preferentes.
 - 6.2 Acciones comunes.
 - 6.3 Valuación de acciones: modelo de dividendos descontados.
 - 6.4 Dividendos esperados como base del valor de las acciones.
 - 6.5 Otros métodos de valuación de acciones.

7. Técnicas de elaboración del presupuesto de capital.
 - 7.1 Similitudes entre la presupuestación de capital y la valuación de activos.
 - 7.2 Métodos que no toman en cuenta el valor del dinero en el tiempo para evaluar proyectos de inversión.
 - 7.3 Métodos que toman en cuenta el valor del dinero en el tiempo para evaluar proyectos de inversión.
 - 7.4 Valor presente neto.
 - 7.5 Tasa interna de rendimiento.
 - 7.6 Comparación de los dos métodos anteriores.
 - 7.7 Las TIR múltiples, y el método de la tasa interna de rendimiento modificada.

8. Flujos de efectivo y riesgo de los proyectos.
 - 8.1 Flujos de efectivo relevantes.
 - 8.2 Identificación de flujos de efectivo incrementales.
 - 8.3 Incorporación del riesgo en el análisis de presupuesto de capital.
 - 8.4 Riesgo corporativo (interno de la empresa).
 - 8.5 Riesgo beta (de mercado).
 - 8.6 Racionamiento de capital.

9. El costo de capital.
 - 9.1 La lógica del promedio ponderado del costo de capital.
 - 9.2 Costo de la deuda.
 - 9.3 Costo de las acciones preferentes.
 - 9.4 Costo de las utilidades retenidas.
 - 9.5 Costo de las acciones comunes de nueva emisión, o capital contable externo.
 - 9.6 Promedio ponderado del costo de capital.
 - 9.7 El promedio ponderado del costo de capital frente a tasa de rendimiento requerida de los inversionistas.

10. Estructura de capital.
 - 10.1 Estructura de capital establecida como meta.
 - 10.2 Riesgo de negocios y riesgo financiero.
 - 10.3 Determinación de la estructura de capital óptima.
 - 10.4 Grado de apalancamiento.
 - 10.5 Teoría de la estructura de capital.
 - 10.6 Variaciones en las estructuras de capital de las empresas.

ACTIVIDADES DE APRENDIZAJE

Actividades de aprendizaje conducidas por un docente:

1. Exposición, mediante grabaciones, del marco teórico que sustenta los temas clave del curso: Valor del dinero en el tiempo, flujos de efectivo, riesgo, mercados financieros, valuación de activos financieros y reales, costo promedio ponderado de capital y estructura financiera.
2. Ilustración y discusiones, mediante grabaciones, sobre la solución de problemas y casos prácticos.

Actividades de aprendizaje independiente:

1. Solución de problemas y casos prácticos, tanto de manera individual como grupal, que refuercen el aprendizaje y fomenten la responsabilidad y disciplina de los alumnos, así como su capacidad de análisis.
2. Solución de un proyecto práctico que refleje uno o varios problemas de finanzas en la vida real.
3. Aplicación de todos los conceptos del curso en un caso integrador.

CRITERIOS DE EVALUACIÓN

Para la evaluación del aprendizaje de los alumnos se cuenta con procedimientos y criterios que permiten dar seguimiento y evaluar los resultados del proceso de aprendizaje. Los procedimientos y la ponderación de cada uno de ellos son los siguientes:

20% --- Examen parcial acumulativo 20%

52.5% --- Actividades, tareas y caso integrador 52.5%

7.5% -- Trabajo de investigación sobre un tema financiero 7.5%

20% -- Examen final integrador 20%

DENOMINACIÓN DE LA ASIGNATURA O UNIDAD DE APRENDIZAJE

Administración estratégica de la mercadotecnia

CICLO ESCOLAR

Tercer Trimestre

CLAVE DE UNIDAD DE APRENDIZAJE

MT4017

FINES DEL APRENDIZAJE O FORMACIÓN

Al finalizar el curso el alumno será capaz de:

- Planificar el desarrollo de estrategias de mercado, examinando el entorno de compra de los mercados de consumo y organizacional, en donde se establezcan propuestas específicas sobre el diseño de productos, establecimiento de los precios, estructuras de canales de distribución y el diseño de estrategias de comunicación a los clientes.
- Adquirir conciencia crítica del proceso de toma de decisiones de compra del cliente, por medio de la segmentación de mercados, la diferenciación de la oferta y el posicionamiento de las marcas.

CONTENIDO TEMÁTICO

1. Introducción al curso.
2. Planeación y dirección estratégica de Mercadotecnia.
 - 2.1 El contexto de la administración de mercadotecnia.
 - 2.2 Desarrollo de estrategias y planes de mercadotecnia.
3. Orientación al mercado y sistemas de información.
 - 3.1 Investigación de mercados y pronósticos.
 - 3.2 Mercado de consumo.
 - 3.2 Mercado industrial.
4. Segmentación y Posicionamiento.
 - 4.1 Segmentación de mercados.
 - 4.2 Posicionamiento de marca y ciclo de vida del producto.

5. Administración Estratégica de productos y marcas.

5.1 Construcción y valor de marca.

5.2 Estrategia de productos.

6. Administración estratégica del canal de distribución y comercialización.

6.1 Diseño y administración integral de canales.

6.2 Comercialización y logística.

7. Administración estratégica del precio.

7.1 Estrategias y programas de precio.

8. Administración estratégica de la comunicación.

8.1 Comunicación integral de mercados.

9. Tendencias de la Mercadotecnia.

9.1 Nuevas ofertas de mercado.

9.2 Mercadotecnia holística para el largo plazo.

ACTIVIDADES DE APRENDIZAJE

Actividades de aprendizaje conducidas por un docente:

1. Exposición, mediante grabaciones, del marco teórico que sustenta los temas clave del curso: Comportamiento del consumidor, Inteligencia de mercados. Mezcla de mercadotecnia. segmentación de mercados. y posicionamiento.
2. Ilustración y discusiones, mediante grabaciones, sobre la solución de ejercicios y casos prácticos.

Actividades de aprendizaje independiente:

1. Estudio individual de material bibliográfico.
2. Realización de tareas y ejercicios.
3. Análisis de información.
4. Investigación documental y de campo para el proyecto integrador.
5. Discusión y debate.
6. Análisis de información en grupo.
7. Uso de técnicas didácticas. Este curso emplea la técnica de Aprendizaje orientado a casos.

CRITERIOS DE EVALUACIÓN

Para la evaluación del aprendizaje de los alumnos se cuenta con procedimientos y criterios que permiten dar seguimiento y evaluar los resultados del proceso de aprendizaje. Los procedimientos y la ponderación de cada uno de ellos son los siguientes:

- 15% --- Examen de medio término.
- 15% --- Examen final.
- 15% --- 6 Ejercicios de aplicación.
- 15% --- Discusión y solución de 2 Casos.
- 12% --- 4 Investigaciones bibliográficas.
- 28% --- Plan de Mercadotecnia.

DENOMINACIÓN DE LA ASIGNATURA O UNIDAD DE APRENDIZAJE

Gestión de la cadena de valor

CICLO ESCOLAR

Cuarto Trimestre

CLAVE DE UNIDAD DE APRENDIZAJE

AD4040

FINES DEL APRENDIZAJE O FORMACIÓN

Al finalizar el curso el alumno será capaz de:

- Identificar las tendencias y retos de la administración de operaciones de manufactura y servicios.
- Conocer el rol de la estrategia de operaciones para desarrollar fortalezas en mercados globales para fundamentar la toma de decisiones.
- Conocer las diferentes filosofías y herramientas de la administración de operaciones y cadena de suministros para lograr organizaciones más productivas generando mayores ganancias.

CONTENIDO TEMÁTICO

1. Administración de la Productividad.
 - 1.1 Revisión de los elementos de un proceso.
 - 1.2 Definición y concepto de productividad.
 - 1.3 Medición de la productividad.
2. Análisis del Proceso.
 - 2.1 Conceptos básicos de análisis del proceso.
 - 2.2 Solución de problemas de análisis del proceso.
3. Administración de la Capacidad.
 - 3.1. Definición de los Estados de la naturaleza.
 - 3.2 Diagrama del árbol para la representación de problemas.
 - 3.3 Solución de problemas de capacidad.
4. Control Estadístico del Proceso.
 - 4.1 Definición de control estadístico del proceso.
 - 4.2 Elementos de un gráfico de control.
 - 4.3 Tipos de gráficos de control.
 - 4.4 Análisis de gráficos de control.

5. Balanceo de Líneas.
 - 5.1 Concepto de balanceo de líneas.
 - 5.2 Medidas de desempeño de balanceo de líneas.
 - 5.3 Solución de problemas de balanceo de líneas.
6. Localización de Instalaciones.
 - 6.1 Método del centro de gravedad.
 - 6.2 Problemas de localización de instalaciones.
 - 6.3 Rotación de inventarios.
 - 6.4 Problemas de rotación de inventarios.
7. Administración de los Inventarios.
 - 7.1 Conceptos de Administración de Inventarios.
 - 7.2 Costos de Administración de Inventarios.
 - 7.3 Modelos de Administración de Inventarios.
 - 7.4 Problemas de Administración de Inventarios.
8. Administración de Restricciones.
 - 8.1 Definición de La Meta.
 - 8.2 Sistemas DBR.
 - 8.3 Problemas de Administración de Restricciones.
9. Planeación de los Recursos de los Materiales.
 - 9.1 Definición de MRP.
 - 9.2 Elementos del MRP.
 - 9.3 Reportes del MRP.
 - 9.4 Problemas de MRP.
 - 9.5 Interpretación del MRP.
10. Administración del Riesgo.
 - 10.1 Conceptos de Administración del Riesgo.
 - 10.2. Clasificación de riesgos.
 - 10.3 Ejemplos de riesgos.

ACTIVIDADES DE APRENDIZAJE

Actividades de aprendizaje conducidas por un docente:

1. Exposición del marco teórico que sustenta los temas clave del curso: Administración de Operaciones, Cadena de Suministros, Cadena de Valor y Filosofías de Administración de Operaciones.
2. Discusiones sobre la solución de problemas y casos prácticos de la cadena de valor.

Actividades de aprendizaje por el alumno:

1. Solución de problemas y casos prácticos, tanto de manera individual como grupal, que refuercen el aprendizaje y fomenten la responsabilidad y disciplina de los alumnos, así como su capacidad de análisis.
2. Solución de actividades colaborativas.
3. Aplicación de todos los conceptos del curso en un proyecto integrador.

CRITERIOS DE EVALUACIÓN

Para la evaluación del aprendizaje de los alumnos se cuenta con procedimientos y criterios que permiten dar seguimiento y evaluar los resultados del proceso de aprendizaje. Los procedimientos y la ponderación de cada uno de ellos son los siguientes:

- 30% --- Exámenes parciales acumulativos
- 40% --- Actividades, tareas y caso integrador.
- 30% --- Examen final integrador

DENOMINACIÓN DE LA ASIGNATURA O UNIDAD DE APRENDIZAJE

Planeación estratégica

CICLO ESCOLAR

Cuarto Trimestre

CLAVE DE UNIDAD DE APRENDIZAJE

AD5109

FINES DEL APRENDIZAJE O FORMACIÓN

Al finalizar el curso el alumno será capaz de:

- Comprender y aplicar modelos de formulación e implementación de estrategia de negocios de la empresa.
- Evaluar el ambiente de las organizaciones desde una perspectiva interna y externa.
- Entender las estructuras y procesos organizacionales que contribuyen a una adecuada implementación y seguimiento de la estrategia definida, todo esto en el marco de un mundo cada vez más complejo, haciendo una reflexión crítica del entorno organizacional y de su relación con la estrategia.

CONTENIDO TEMÁTICO

1. Panorama estratégico de la empresa.
 - 1.1. Conceptos de estrategia organizacional.
 - 1.2. El proceso de planeación estratégica.
2. El proceso estratégico.
 - 2.1 Análisis del ambiente externo.
 - 2.2 Análisis de recursos y capacidades de la empresa.
 - 2.3 Formulación de la estrategia.
 - 2.4 Relación de la ética y la estrategia.
3. Implementación y control de la estrategia.
 - 3.1 Diseño de estructuras organizacionales.
 - 3.2 Diseño de procesos organizacionales.
 - 3.3 Cultura organizacional.

ACTIVIDADES DE APRENDIZAJE

Actividades de aprendizaje conducidas por un docente:

1. Exposición del marco teórico que sustenta los temas clave del curso promoviendo el pensamiento crítico del alumno a través de la técnica de la pregunta.
2. Discusiones sobre la solución de problemas y casos prácticos que ayudarán al alumno a la metacognición.

Actividades de aprendizaje independiente:

1. Actividades de investigación y solución de casos prácticos que refuercen el aprendizaje y fomenten la responsabilidad y disciplina de los alumnos, así como su capacidad de análisis.
2. Presentación de exámenes y controles de lectura que muestren el dominio de los contenidos conceptuales del curso.

CRITERIOS DE EVALUACIÓN

Para la evaluación del aprendizaje de los alumnos se cuenta con procedimientos y criterios que permiten dar seguimiento y evaluar los resultados del proceso de aprendizaje. Los procedimientos y la ponderación de cada uno de ellos son los siguientes:

- 3% --- Preguntas y discusiones éticas.
- 4% --- Glosario de conceptos relevantes.
- 9% --- Preguntas detonadoras y discusión de casos.
- 36% --- Reportes de análisis de casos.
- 18% --- Actividades de investigación.
- 15% --- Exámenes semanales.
- 15% --- Examen final.

DENOMINACIÓN DE LA ASIGNATURA O UNIDAD DE APRENDIZAJE

Inteligencia de negocios

CICLO ESCOLAR

Quinto Trimestre

CLAVE DE UNIDAD DE APRENDIZAJE

AD5110

FINES DEL APRENDIZAJE O FORMACIÓN

Al finalizar el curso el alumno será capaz de:

- Identificar los conceptos básicos relacionados con la Inteligencia de Negocios.
- Analizar las metodologías, procesos, infraestructura y mejores prácticas de la Inteligencia de Negocios.
- Examinar la manera de transformar los datos de la organización en información significativa que apoye a los administradores en su proceso de toma de decisión.

CONTENIDO TEMÁTICO

1. Una visión general de inteligencia de negocios, analítica y sustento de decisiones.

1.1 Marco de referencia para la inteligencia de negocios (BI).

1.2 Implementación exitosa de inteligencia de negocios 4.

1.3 Breve introducción a la analítica de inmensidad de datos.

2. Almacenamiento de datos.

2.1 Definiciones y conceptos de almacenamiento de datos.

2.2 Arquitectura de almacenamiento de datos.

2.3 Administración del almacenamiento de datos, incidentes de seguridad y tendencias futuras.

3. Reportes empresariales, analítica visual y gestión del desempeño del negocio.

3.1 Reportes empresariales: definiciones y conceptos.

3.2 Visualización de datos e información.

3.3 Tableros de desempeño y cuadros de mando.

4. Minería de datos.

4.1 Conceptos y aplicaciones de la minería de datos.

4.2 Proceso de minería de datos.

4.3 Métodos de minería de datos.

5. Analítica de la red, texto y social.

5.1 Visión general de la analítica de texto y de la minería de datos.

- 5.2 Aplicaciones de la minería de texto.
- 5.3 Minería de uso de la red (analítica de la red) y analítica social.

- 6. Inmensidad de datos y analítica.
 - 6.1 Definición de inmensidad de datos.
 - 6.2 Tecnologías de inmensidad de datos.
 - 6.3 Analítica de corrientes e inmensidad de datos.

- 7. Analítica empresarial: tendencias emergentes y direcciones futuras.
 - 7.1 Analítica para organizaciones basada en localización.
 - 7.2 Aplicaciones de analítica para consumidores.
 - 7.3 Impactos de la analítica en las organizaciones.

ACTIVIDADES DE APRENDIZAJE

Actividades de aprendizaje conducidas por un docente:

1. Exposición del marco teórico que sustenta los temas clave del curso.
2. Discusiones sobre los casos de estudio.

Actividades de aprendizaje independiente:

1. Actividades de investigación y solución de casos de estudio que refuercen el aprendizaje y fomenten la capacidad de análisis del alumno.
2. Presentación de exámenes y controles de lectura que muestren el dominio de los contenidos conceptuales del curso.

CRITERIOS DE EVALUACIÓN

Para la evaluación del aprendizaje de los alumnos se cuenta con procedimientos y criterios que permiten dar seguimiento y evaluar los resultados del proceso de aprendizaje. Los procedimientos y la ponderación de cada uno de ellos son los siguientes:

- 50% --- Exámenes parciales acumulativos.
- 20% --- Actividades, tareas y caso integrador.
- 30% --- Examen final.

DENOMINACIÓN DE LA ASIGNATURA O UNIDAD DE APRENDIZAJE

Emprendimiento y diseño de modelos de negocios

CICLO ESCOLAR

Quinto Trimestre

CLAVE DE UNIDAD DE APRENDIZAJE

AD5111

FINES DEL APRENDIZAJE O FORMACIÓN

Al finalizar el curso el alumno será capaz de:

- Identificar oportunidades de emprendimiento, entendiendo las necesidades del cliente/mercado o grupo a atender.
- Desarrollar propuestas de valor que atiendan necesidades de mercado específicas.
- Representar y validar su propuesta de valor a través del desarrollo de un prototipos físico o funcional con los recursos disponibles.
- Describir su proyecto emprendedor en formato de modelo de negocios.

CONTENIDO TEMÁTICO

1. Hacia una mentalidad emprendedora y de innovación.
 - 1.1. La psicología del emprendedor.
 - 1.2. La innovación y mega tendencias mundiales.
2. El mercado y la identificación de oportunidades.
 - 2.2. La Experiencia como fuente de identificación de oportunidades.
 - 2.3. La observación y la entrevista como herramientas para la identificación de oportunidades.
 - 2.4. La selección de una oportunidad relevante.
3. La Generación y Diseño de Soluciones.
 - 3.1. Técnicas creativas para el Desarrollo alternativas de solución.
 - 3.2. Desarrollo de una solución deseable por el mercado.
 - 3.3. Desarrollo de una propuesta de valor y sus atributos.
 - 3.4. El arte de presentar y vender.

4. Desarrollo de Prototipos Centrados en el Mercado y Clientes Potenciales. Enseñar no platicar (show don't tell).
 - 4.1 Desarrollo de un prototipo en donde se visualicen los principales atributos de la propuesta de valor concebida.
 - 4.2. El uso del prototipo para validación de la propuesta de valor.
 - 4.3 Desarrollo de Prototipos con los recursos disponibles.

5. Modelo de Negocios: de la Idea al Mercado.
 - 5.1. El modelo de entrada al mercado.
 - 5.2. Modelo de ingresos y viabilidad financiera.
 - 5.3. Diseño de modelo de negocios completo.

ACTIVIDADES DE APRENDIZAJE

Actividades de aprendizaje conducidas por el docente:

- Exposición del marco teórico que sustenta los temas clave del curso: Tendencias de Consumo, Modelo de Negocio, Segmentos de Clientes y Propuesta de Valor, ilustrando aplicaciones sobre los mismos.

Actividades de aprendizaje conducidas por el alumno:

- El alumno va generando aprendizaje como resultado de los experimentos de campo con clientes, así como el desarrollo de su proyecto emprendedor, desarrollando la capacidad de enfrentar la incertidumbre y ambigüedad que ocurren en los proyectos emprendedores.

CRITERIOS DE EVALUACIÓN

Para la evaluación del aprendizaje de los alumnos se cuenta con procedimientos y criterios que permiten dar seguimiento y evaluar los resultados del proceso de aprendizaje. Los procedimientos y la ponderación de cada uno de ellos son los siguientes:

- Tareas individuales o exámenes cortos 15%.
- Identificación y justificación de la oportunidad 20%.
- Desarrollo de soluciones y propuesta de valor 15%.
- Desarrollo de un prototipo 20%.
- Diseño de un modelo de negocios 15%.
- El trabajo final del curso 15%.

DENOMINACIÓN DE LA ASIGNATURA O UNIDAD DE APRENDIZAJE

Proyecto integrador empresarial

CICLO ESCOLAR

Séptimo Trimestre

CLAVE DE UNIDAD DE APRENDIZAJE

AD5112

FINES DEL APRENDIZAJE O FORMACIÓN

Al finalizar el curso el alumno será capaz de:

- Aplicar diversas técnicas de consultoría que puedan utilizarse con el fin de realizar un proyecto que pueda propiciar una mejora continua para empresas, y organizaciones.
- Resolver problemas administrativos generados de la identificación de fuerzas y debilidades en la empresa, valorando oportunidades de nuevos negocios y estableciendo esquemas que permitan aumentar la producción y generar empleos.
- Proponer estrategias de negocio aplicables en la empresa u organización como resultado del desarrollo del proyecto de investigación.
- Proponer estrategias que puedan ser aplicadas a empresas que actualmente operan o a empresas en proyecto, atendiendo al compromiso con el desarrollo sostenible de la nación y de las comunidades en las que se desenvuelven, tomando como base el trabajo de investigación efectuado.
- Actuar con un alto sentido de responsabilidad para enfrentar problemas en las empresas, organizaciones no lucrativas o instituciones -actuales o proyectadas- o en aquella empresa en que se labore.
- Reconocer la importancia de la labor de investigación y su impacto en la sociedad.

CONTENIDO TEMÁTICO

1. El proceso de investigación en las ciencias administrativas.
 - 1.1 Definición de los siguientes conceptos básicos: investigación, métodos y técnicas.
 - 1.2 Los diferentes tipos de investigación.
 - 1.3 ¿Cómo llevar a cabo la búsqueda de oportunidades de proyectos?
 - 1.4 ¿Cómo seleccionar y delimitar el proyecto a realizar?
 - 1.5 ¿Cómo elaborar el inicio del proceso de investigación?

2. Las etapas del proceso de investigación y la búsqueda de información en archivos electrónicos.

2.1 Las fases de la investigación.

2.2 El desarrollo y la redacción del proyecto.

2.3 Las fases de la elaboración de proyectos de investigación.

2.4 La relación entre planes, programas y proyectos.

2.5 La búsqueda de información en fuentes primarias y secundarias por medios electrónicos.

2.6 La forma de hacer el análisis de los resultados.

3. Síntesis de la información y presentación del proyecto de investigación.

3.1 ¿Cómo redactar las conclusiones y las recomendaciones?

3.2 ¿Cómo integrar el proyecto final para su entrega al asesor?

ACTIVIDADES DE APRENDIZAJE

Actividades de aprendizaje conducidas por un docente:

1. Exposición del marco teórico que sustenta los temas clave del curso.
2. Asesoría y supervisión regular del proyecto.

Actividades de aprendizaje independiente:

1. Realización de proyectos de diagnóstico y consultoría en equipos pequeños que combinan trabajo individual y colaborativo en un ambiente de trabajo profesional de situación real dentro de una empresa.
2. Revisión de fuentes de información sobre el tema (investigación bibliográfica).
3. Aprendizaje de campo (investigación de campo).
4. Relación constructiva con la empresa cliente.
5. Planeación y administración eficiente del proyecto.

CRITERIOS DE EVALUACIÓN

Para la evaluación del aprendizaje de los alumnos se cuenta con procedimientos y criterios que permiten dar seguimiento y evaluar los resultados del proceso de aprendizaje. Los procedimientos y la ponderación de cada uno de ellos son los siguientes:

50% - Proyecto de investigación.

15% - Foro de discusión grupal.

5% - Auto and coevaluación.

30% - Examen final.

DENOMINACIÓN DE LA ASIGNATURA O UNIDAD DE APRENDIZAJE

Innovación de servicios

CICLO ESCOLAR

Cursos optativos según área de concentración

CLAVE DE UNIDAD DE APRENDIZAJE

AD5021

FINES DEL APRENDIZAJE O FORMACIÓN

- El alumno será capaz de diseñar estrategias y procesos que promuevan la innovación en empresas de servicio.

CONTENIDO TEMÁTICO

1. Características del entorno para la innovación de servicios.
2. Estrategia para la innovación de servicios.
3. Generación de ideas para la innovación de servicios.
4. Organización para la innovación de servicios.
5. Implementación de la innovación de servicios.
6. Innovación en regiones.
- 7.

ACTIVIDADES DE APRENDIZAJE

Actividades de aprendizaje conducidas por un docente:

1. Las sesiones de clase están diseñadas para ser un espacio de interacción y construcción del aprendizaje entre los participantes. Las actividades específicas tales como lecturas y casos son un hilo conductor para la interacción y el logro del aprendizaje.
2. Exposición del profesor. La clase constará de dos partes. En la primera parte, el profesor expondrá el material de clase y se apoyará en los alumnos seleccionados en forma aleatoria para afirmar los mensajes de aprendizaje; mientras que en la segunda, el profesor guiará la discusión del caso y sintetizará los elementos de aprendizaje aportados por el caso analizado a la luz de la lectura discutida previamente.

3. Análisis y discusión de lecturas. El profesor presentará los temas centrales de la lectura apoyándose en un grupo de estudiantes, tomado al azar, para sintetizar los elementos de aprendizaje de la lectura.
4. Discusión de casos. El profesor guiará la discusión de los casos asignados.

Actividades de aprendizaje independiente:

1. Discusión de casos. Cada alumno sea capaz de contribuir al análisis del mismo. Al final de la discusión se sintetizarán los mensajes de aprendizaje del caso.
2. El alumno desarrolla un Proyecto final. El proyecto final será realizado en equipo y tiene como objetivo que los participantes diseñen una propuesta de servicios innovadora. Debe verse como una propuesta inicial que en principio capture la atención de posibles socios o inversionistas, interesados en que el proyecto se desarrolle. De esta forma el proyecto final es una oportunidad para que los participantes diseñen una alternativa de creación de negocio de servicios propio e innovador.
3. El alumno elaboración mapas mentales. Se deberá entregar y estar preparado para presentar en clase, un mapa mental de máximo tres niveles en PowerPoint que integre el conocimiento de las lecturas correspondientes a cada módulo de clase. Cada módulo contiene varias lecturas las que deberán ser integradas en un solo mapa conceptual. Esta actividad se realiza de manera individual. El mapa mental deberá ser depositado en la sección "Discussion Board" antes del inicio de cada clase.

CRITERIOS DE EVALUACIÓN

Para la evaluación del aprendizaje de los alumnos se cuenta con procedimientos y criterios que permiten dar seguimiento y evaluar los resultados del proceso de aprendizaje. Los procedimientos y la ponderación de cada uno de ellos son los siguientes:

- 15% --- Participación en clase
- 20% --- Proyecto Final:
- 25% --- Presentación
- 25% --- Reporte
- 15% --- Mapas Mentales

DENOMINACIÓN DE LA ASIGNATURA O UNIDAD DE APRENDIZAJE

Generación de valor en las empresas

CICLO ESCOLAR

Cursos optativos según área de concentración

CLAVE DE UNIDAD DE APRENDIZAJE

AD5040

FINES DEL APRENDIZAJE O FORMACIÓN

Al finalizar el curso el alumno adquirirá los conocimientos necesarios para la elaboración de un plan orientado a la generación de valor en las empresas, a través del estudio de las características de la empresa y principales dificultades a las que se enfrentan en un entorno altamente competitivo.

CONTENIDO TEMÁTICO

1. Introducción a la generación de valor.
2. Generación de valor en el equipo de trabajo.
3. La innovación y la tecnología como generadora de valor.
4. Estrategias para la generación de valor.
5. Generación de valor a partir de las necesidades del cliente (Método de Kano).
6. Nuevas tendencias en la generación de valor.
7. Mapa de necesidades y acciones para generar valor (QFD).
8. Evaluación de propuestas para la generación de valor.

ACTIVIDADES DE APRENDIZAJE

Actividades de aprendizaje conducidas por un docente:

1. Exposición del marco teórico que sustenta los temas clave del curso: Generación de valor en las Empresas, Innovación y Tecnología, ilustrando aplicaciones sobre los mismos y diseño de actividades que promuevan el aprendizaje y razonamiento crítico del alumno.

Actividades de aprendizaje independiente:

1. Solución de problemas y casos prácticos, tanto de manera individual como grupal, mediante la discusión sobre el contexto de situaciones y casos prácticos, estableciendo una relación con los conceptos de Generación de valor en las Empresas, Innovación y Tecnología,
2. Lectura de un texto sobre la temática del que se desprende un análisis crítico individual.

CRITERIOS DE EVALUACIÓN

Para la evaluación del aprendizaje de los alumnos se cuenta con procedimientos y criterios que permiten dar seguimiento y evaluar los resultados del proceso de aprendizaje. Los procedimientos y la ponderación de cada uno de ellos son los siguientes:

50% --- Exámenes parciales acumulativos.

20% --- Actividades, tareas y caso integrador.

30% --- Examen final integrador.

DENOMINACIÓN DE LA ASIGNATURA O UNIDAD DE APRENDIZAJE

Gobierno corporativo

CICLO ESCOLAR

Cursos optativos según área de concentración

CLAVE DE UNIDAD DE APRENDIZAJE

AD5113

FINES DEL APRENDIZAJE O FORMACIÓN

Al finalizar el curso el alumno será capaz de:

- Entender el contexto empresarial relativo a las estructuras de gobierno, poder y control de alto nivel que le dan forma, tras conocer el marco general teórico, analizar desde una perspectiva integral las relaciones entre la empresa y sus grupos de interés: empleados, competidores, consumidores, accionistas, comunidad y medio ambiente para una gestión de negocios ética y comprender la importancia que el sistema de gobierno corporativo tiene en la toma de decisiones ética y en la creación de “valor compartido”.
- Juzgar la relevancia del gobierno corporativo en el quehacer de una organización y como elemento indispensable de su sustentabilidad.
- Asociar las relaciones de las partes de la empresa al todo, y de ésta con su entorno para reconocer el impacto que se genera entre las mismas y mantener una visión integral propia a la posición directiva.
- Establecer mecanismos formales, estructurales y prácticos para la conformación de Consejos de Administración que coadyuven a la profesionalización e institucionalización de las empresas.

CONTENIDO TEMÁTICO

1. Gobierno corporativo y la institucionalización de la empresa.
 - 1.1. Estructura institucional de la empresa.
 - 1.2. Retos del gobierno corporativo de la empresa.
 - 1.3. Sustentabilidad y Autocontinuidad de la empresa.
 - 1.4. Responsabilidades y buen gobierno.

2. Figuras e instrumentos del Gobierno corporativo.
 - 2.1. Carácter legal del gobierno corporativo.
 - 2.2. Asamblea de Accionistas.
 - 2.3. Consejo de Administración.

- 2.4. Comité de Dirección.
- 2.5. La interacción entre los niveles del Gobierno corporativo.

- 3. Dirección de empresas y relaciones con y del gobierno corporativo.
 - 3.1. Responsabilidades del Consejo de Administración.
 - 3.2. El poder en el vértice.
 - 3.3. Dirección y poder en la empresa.

- 4. Proyecto global de empresa.
 - 4.1. Elección de futuro y proyecto global de empresa.
 - 4.2. Construcción de un PGE.
 - 4.3. Los interesados en el PGE.

- 5. Responsabilidad social corporativa y el gobierno corporativo.
 - 5.1. Para qué existe la empresa.
 - 5.2. Gobierno corporativo y responsabilidad social.
 - 5.3. Evolución del consejo de administración.

- 6. Gobierno corporativo en la empresa familiar.
 - 6.1. Entorno empresarial de la empresa familiar.
 - 6.2. Retos de la empresa familiar.
 - 6.3. Gobierno corporativo en la empresa familiar
 - 6.4. Protocolos, planes y conflictos.
 - 6.5. Consejos, comités, roles.

ACTIVIDADES DE APRENDIZAJE

Actividades de aprendizaje conducidas por un docente:

1. Exposición del marco teórico que sustenta los temas clave del curso: Gobierno Corporativo, Ética y Empresa Familiar, ilustrando aplicaciones sobre los mismos.

Actividades de aprendizaje independiente:

1. Solución de problemas y casos prácticos, tanto de manera individual como grupal, mediante la discusión sobre el contexto de situaciones y casos prácticos, estableciendo una relación con los conceptos de Gobierno Corporativo, Ética y Empresa Familiar.
2. Aplicación de todos los conceptos del curso a través del desarrollo de un proyecto mediante la metodología de POL, con aplicación práctica a una organización real.
3. Lectura de un texto sobre la temática del que se desprende un análisis crítico individual.

CRITERIOS DE EVALUACIÓN

Para la evaluación del aprendizaje de los alumnos se cuenta con procedimientos y criterios que permiten dar seguimiento y evaluar los resultados del proceso de aprendizaje. Los procedimientos y la ponderación de cada uno de ellos son los siguientes:

5% --- Examen parcial. Se evalúa la comprensión y aplicación de conceptos sobre ética y responsabilidad social a la mitad del curso.

10% --- Examen final integrador. Se evalúa el conocimiento aplicativo mediante criterio, de los contenidos de todo el curso al finalizar el mismo.

30% --- Proyecto integrador. Se evalúa la capacidad de análisis e instrumentación de un caso práctico al interior de una empresa sobre los temas desarrollados en el curso.

20% --- Análisis y desarrollo de casos sobre las diversas temáticas del curso.

10% --- Participación activa en los foros de discusión generados alrededor de dos temas del curso, uno sobre ética y otro sobre responsabilidad social.

15% --- Desarrollo de 3 mapas conceptuales generados a partir de los avances secuenciales del curso.

10% --- Desarrollo de un ejercicio sobre el protocolo de una empresa familiar, basado en la selección de una organización elegida por el alumno.

DENOMINACIÓN DE LA ASIGNATURA O UNIDAD DE APRENDIZAJE

Gestión estratégica de la información

CICLO ESCOLAR

Cursos optativos según área de concentración

CLAVE DE UNIDAD DE APRENDIZAJE

AD5114

FINES DEL APRENDIZAJE O FORMACIÓN

Al finalizar el curso el alumno será capaz de:

- Describir la arquitectura de un sistema ERP.
- Utilizar los sistemas ERP para el diseño de tableros de control que contengan información estratégica del desempeño de la organización.
- Construir tableros de control para la medición y el monitoreo de las distintas áreas de la organización.
- Interpretar la información obtenida de los sistemas ERP.
- Utilizar la información obtenida de los sistemas ERP para la toma de decisiones.

CONTENIDO TEMÁTICO

1. Arquitectura de los Sistemas ERP.
 - 1.1 Fundamentos de un sistema ERP.
 - 1.2 Evolución de los sistemas ERP.
 - 1.3 Módulos de un sistema ERP.
 - 1.4 Selección de un sistema ERP.
 - 1.5 Cadena de valor y gestión de la información.
2. Diseño de tableros de control.
 - 2.1 Selección de Indicadores Clave de Desempeño (KPI).
 - 2.2 Establecimiento de objetivos.
 - 2.3 Generación de iniciativas estratégicas.
 - 2.4 Tipos de tableros de control.
 - 2.5 Balanced Scorecard.
 - 2.6 Mapas estratégicos.
 - 2.7 Hoshin Kanri.
3. Construcción e interpretación de tableros de control.
 - 3.1 Ms Excel como herramienta para tableros de control.
 - 3.2 Software selecto para la construcción de tableros de control.
 - 3.3 Consideraciones para el uso de tableros de control para la toma de decisiones.

ACTIVIDADES DE APRENDIZAJE

Actividades de aprendizaje conducidas por un docente:

1. Video introductorio del tema.
2. Presentación del tema y realización de un ejemplo en una sesión de asesoría en línea.
3. Explicación de la actividad individual y colaborativa a desarrollar.

Actividades de aprendizaje independiente:

1. Leer el capítulo del libro recomendado por el docente.
2. Realizar las actividades y colaborativas diseñadas por el docente y publicar la evidencia de realización de la misma.
3. Discutir en el foro de discusión los aprendizajes obtenidos en el tema.

CRITERIOS DE EVALUACIÓN

Para la evaluación del aprendizaje de los alumnos se cuenta con procedimientos y criterios que permiten dar seguimiento y evaluar los resultados del proceso de aprendizaje. Los procedimientos y la ponderación de cada uno de ellos son los siguientes:

- 35% Realización de prácticas individuales.
- 40% Realización de actividades colaborativas.
- 10% Examen de medio término.
- 15% Examen final.

DENOMINACIÓN DE LA ASIGNATURA O UNIDAD DE APRENDIZAJE

Ventaja competitiva para la sostenibilidad

CICLO ESCOLAR

Cursos optativos según área de concentración

CLAVE DE UNIDAD DE APRENDIZAJE

AD5115

FINES DEL APRENDIZAJE O FORMACIÓN

Al finalizar el curso el alumno será capaz de:

- Evaluar diferentes ambientes competitivos, considerando las rivalidades de los participantes de un sector, de manera que le permita desarrollar, crear y manejar ventajas competitivas en un ambiente dinámico, integrando políticas y tendencias mundiales de manera dinámica, anticipándose a las respuestas de los competidores y así implantar estrategias operacionales para la integración de las ventajas competitivas del negocio, proporcionando herramientas y criterios de análisis-ejecución acordes al entorno actual.

CONTENIDO TEMÁTICO

1. La teoría de la Ventaja Competitiva.
 - 1.1. Ventaja competitiva, de la teoría tradicional a la vigente.
 - 1.2. Distinción de la Ventaja competitiva frente al Know how y los diferenciadores de la organización.
 - 1.3. Dominio del expertise que da lugar a la ventaja competitiva.
 - 1.4. Los diferentes ámbitos de desarrollo de la ventaja competitiva.
2. Modelos para el desarrollo de un desempeño superior.
 - 2.1. El desempeño superior como algo necesario.
 - 2.2. Analizar, construir y evaluar el desempeño superior.
 - 2.3. De los procesos a las personas, pasando por los productos.
 - 2.4. Innovar para el desempeño superior.
 - 2.5. Operaciones y procesos.
3. Integración de estrategias para construir ventajas competitivas.
 - 3.1. Las estrategias para la construcción de la ventaja competitiva.
 - 3.2. Ventaja competitiva a través del producto.
 - 3.3. Ventaja competitiva a través de la gente.
 - 3.4. Ventaja competitiva a través de la innovación.

3.5. Ventaja competitiva a través de los procesos.

3.6. Ventaja competitiva a través de la gestión.

4. Globalización y empresas Clase Mundial.

4.1. La condición de la empresa y su tamaño para la competitividad.

4.2. Globalización y empresas clase mundial.

4.3. Competir no para el distintivo.

4.4. Ventaja competitiva y sustentabilidad.

ACTIVIDADES DE APRENDIZAJE

Actividades de aprendizaje conducidas por un docente:

1. Exposición del marco teórico que sustenta los temas clave del curso, provocando el pensamiento crítico en el alumno a través de la técnica de la pregunta: Ventaja Competitiva y Know How, ilustrando aplicaciones sobre los mismos.

Actividades de aprendizaje independiente:

1. Solución de problemas y casos prácticos, tanto de manera individual como grupal, mediante la discusión sobre el contexto de situaciones y casos prácticos, estableciendo una relación con los conceptos de Ventaja Competitiva, Know How, diferenciadores y sustentabilidad.
2. Aplicación de todos los conceptos del curso a través del desarrollo de un proyecto mediante la metodología de POL, con aplicación práctica a una organización real.
3. Lectura de un texto sobre la temática del que se desprende un análisis crítico individual.

CRITERIOS DE EVALUACIÓN

Para la evaluación del aprendizaje de los alumnos se cuenta con procedimientos y criterios que permiten dar seguimiento y evaluar los resultados del proceso de aprendizaje. Los procedimientos y la ponderación de cada uno de ellos son los siguientes:

5% --- Examen parcial. Se evalúa la comprensión y aplicación de conceptos ventaja competitiva a la mitad del curso.

10% --- Examen final integrador. Se evalúa el conocimiento aplicativo mediante criterio, de los contenidos de todo el curso al finalizar el mismo.

35% --- Proyecto integrador. Se evalúa la capacidad de análisis e instrumentación de un caso práctico al interior de una empresa sobre los temas desarrollados en el curso.

20% --- Análisis y desarrollo de casos sobre las diversas temáticas del curso.

30% --- Desarrollo de 6 ejemplificaciones generadas a partir de los avances secuenciales del curso.

DENOMINACIÓN DE LA ASIGNATURA O UNIDAD DE APRENDIZAJE

Validación para los modelos de negocio

CICLO ESCOLAR

Cursos optativos según área de concentración

CLAVE DE UNIDAD DE APRENDIZAJE

AD5116

FINES DEL APRENDIZAJE O FORMACIÓN

Al finalizar el curso el alumno será capaz de:

- Poner en práctica la validación de un negocio de una forma sistemática y ordenada a través de una prueba de concepto y/o de la operación de un modelo de negocio.
- Conocer los aspectos fundamentales de los procesos de creación de valor.
- Conocer el financiamiento de una startup.
- Identificar y desarrollar sus competencias emprendedoras.

CONTENIDO TEMÁTICO

1. Identificación del consumidor.

1.1 Selección, definición y validación del segmento de mercado.

1.2 Trazabilidad del perfil del usuario final.

1.3 Identificación del tamaño y atractivo del mercado.

1.4 Investigación y validación del mercado elegido.

2. Desarrollo y consolidación de la propuesta de valor.

2.1 Validación de los usos del producto o servicio.

2.2 Hacer tangible a la propuesta de valor.

2.3 Definición de una posición competitiva.

2.4 Establecimiento los distingos competitivos.

3. Entregando al mercado “Experiencias de alto valor.”

3.1 Mapeo del proceso de Adquisición, venta del producto/Servicio y de la experiencia del usuario.

3.2 Validación de los procesos de distribución y entrega.

4. Obtención de recursos y valuación en la Startup.

4.1 Valuación de intangibles.

4.2 Fondo en empresas en etapas tempranas.

4.3 Pitch de inversión.

- 5. Estandarizando los procesos en la micro y pequeña empresa.
 - 5.5 Definición del Producto Mínimo Viable.
 - 5.6 Métricos de procesos de producción o prestación de servicios
 - 5.7 Políticas que aseguren la entrega de la propuesta de valor
- 6. Escalabilidad en una Startup.
 - 6.1 Escalamiento Esbelto.
 - 6.2 Fijación de Métricos en etapas tempranas.
 - 6.3 Desarrollo de plan de evolución del producto o servicio.

ACTIVIDADES DE APRENDIZAJE

Actividades de aprendizaje conducidas por un docente:

1. Exposición, mediante grabaciones, del marco teórico que sustenta los temas clave del curso: Modelos de negocio y emprendimiento.
2. Ilustración y discusiones, mediante grabaciones, sobre la solución de problemas y casos prácticos.

Actividades de aprendizaje independiente:

1. Solución de problemas y casos prácticos, tanto de manera individual como grupal, que refuercen el aprendizaje y fomenten la responsabilidad y disciplina de los alumnos, así como su capacidad de análisis.
2. Aplicación de todos los conceptos del curso en un proyecto integrador.

CRITERIOS DE EVALUACIÓN

Para la evaluación del aprendizaje de los alumnos se cuenta con procedimientos y criterios que permiten dar seguimiento y evaluar los resultados del proceso de aprendizaje. Los procedimientos y la ponderación de cada uno de ellos son los siguientes:

35% --- Lecturas (Mapas Conceptuales), ejercicios y retos/actividades.

5% --- Examen parcial. Se evalúa la comprensión y aplicación de conceptos sobre validación de modelos de negocios.

10% --- Examen final. Se evalúa el conocimiento del proceso de financiamiento, valuación y validación de un modelo de negocios.

30% --- Entrega de avances de proyecto (5 entregas).

20% --- Proyecto final. Se evalúa la capacidad de análisis, validación y ajustes de acuerdo a los resultados obtenidos en la puesta en marcha del modelo de negocios.

DENOMINACIÓN DE LA ASIGNATURA O UNIDAD DE APRENDIZAJE

Estrategia comercial de nuevos productos

CICLO ESCOLAR

Cursos optativos según área de concentración

CLAVE DE UNIDAD DE APRENDIZAJE

AD5117

FINES DEL APRENDIZAJE O FORMACIÓN

Al finalizar el curso el alumno será capaz de:

- Conocer los modelos de negocios y estrategias de mercado enfocadas en la introducción de nuevos proyectos hacia un mercado.
- Desarrollar el plan de mercadotecnia y la investigación de mercados relativos al concepto de negocio desarrollado.

CONTENIDO TEMÁTICO

1. Introducción a la mercadotecnia estratégica.
 - 1.1. Mercados, segmentos, y propuesta de valor.
 - 1.2. Diseño de estrategia (market-driven).
 - 1.3. Programa de desarrollo (market-driven).
2. Desarrollo de modelos de negocio (business models).
 - 2.1. Validación del modelo de negocios.
 - 2.2. Innovación del modelo de negocios.
3. Desarrollo de modelos de ingreso (revenue models).
 - 3.1. Validación del modelo de ingresos.
 - 3.2. Innovación del modelo de ingresos.

4. Introducción de nuevos proyectos a los mercados.

5. Herramientas tecnológicas para seguimiento de proyectos.

5.1. Técnicas básicas de recopilación de datos.

5.2. Aplicaciones específicas para investigación.

5.3. Manejo e interpretación de datos.

6. Desarrollo del plan general de mercado para nuevo proyecto.

6.1. Integración general del nuevo proyecto.

6.2. Validación y análisis de viabilidad del producto/servicio.

6.3. Estrategia de promoción.

6.4. Definición geográfica de mercado.

6.5. Estrategia de precio.

6.6. Análisis de competencia.

ACTIVIDADES DE APRENDIZAJE

Actividades de aprendizaje conducidas por un docente:

1. Aprendizaje basado en retos y Aprendizaje vivencial en donde se promueve la investigación de campo y trabajo de campo para validar o descartar supuestos establecidos hacia la viabilidad comercial de los nuevos proyectos propuestos (productos/servicios) hacia el mercado.

Actividades de aprendizaje realizadas por el estudiante:

1. Generar capacidad de “pivotear” por medio del contacto y retroalimentación directa del mercado. El participante deberá de contar con la disposición para realizar el trabajo de campo solicitado y un pensamiento crítico para ir modificando su proyecto inicial de manera constante.

CRITERIOS DE EVALUACIÓN

Para la evaluación del aprendizaje de los alumnos se cuenta con procedimientos y criterios que permiten dar seguimiento y evaluar los resultados del proceso de aprendizaje. Los procedimientos y la ponderación de cada uno de ellos son los siguientes:

Aprendizaje individual:

35% --- Lecturas (mapas conceptuales), ejercicios y retos/actividades.

5% --- Examen parcial. Se evalúa la comprensión y aplicación de conceptos sobre mercadotecnia estratégica, modelos de negocios, y modelos de ingreso.

10% --- Examen final. Se evalúa el conocimiento de introducción de nuevos proyectos en los mercados y herramientas tecnológicas para seguimiento de proyectos.

Aprendizaje colaborativo

(Si aplica, ya que en esta materia una persona puede llevar un proyecto):

30% --- Entrega de avances de proyecto (5 entregas: 1=3%, 2=3%, 3=4%, 4=10%, 5=10%).

20% --- Proyecto final. Se evalúa la capacidad de análisis, validación y ajustes de acuerdo a los resultados obtenidos de las entregas de avance y el desarrollo general del nuevo proyecto en relación a su futura implementación en un mercado.

DENOMINACIÓN DE LA ASIGNATURA O UNIDAD DE APRENDIZAJE

Mercadotecnia digital

CICLO ESCOLAR

Cursos optativos según área de concentración

CLAVE DE UNIDAD DE APRENDIZAJE

AD5118

FINES DEL APRENDIZAJE O FORMACIÓN

Al finalizar el curso el alumno será capaz de:

- Desarrollar estrategias de marketing a partir de un marco teórico-práctico que ayuden a las empresas a enfrentar las situaciones de mercado de los negocios electrónicos.
- Conocer las características únicas del e-marketing para el diseño de estrategias exitosas.
- Aplicar las herramientas de internet para la mercadotecnia de negocios tradicionales.
- Diseñar estrategias rentables de negocios electrónicos.
- Identificar las necesidades del cliente como punto de partida del diseño de negocios electrónicos y aplicaciones electrónicas de la mercadotecnia.

CONTENIDO TEMÁTICO

1. Fundamentos de Marketing por Internet.

1.1 Introducción.

1.2 Desarrollo del internet.

1.3 Conexión de la sociedad.

1.4 Maneras de integrarse a internet.

2. Motores de búsqueda.

2.1 Introducción.

2.2 Optimización de motores de búsqueda.

2.3 Utilización y ventajas.

2.4 Tendencias.

3. Optimización de Sitios.

3.1 Introducción.

3.2 Usabilidad.

3.3 Visibilidad del motor de búsqueda.

3.4 Diseño.

3.5 Página de registro.

4. Mercadotecnia de afiliación.

4.1 Introducción.

4.2 Utilización.

4.3 Redes de afiliación.

4.4 Ventajas y desventajas.

5. Publicidad en línea.

5.1 Introducción.

5.2 ¿Cómo funciona?.

5.3 Redes de publicidad.

5.4 Ventajas y desventajas.

6. Análisis de datos.

6.1 Definición.

6.2 Seguimiento y recolección de datos.

6.3 Análisis de datos.

7. Email Marketing.

7.1 Historia.

7.2 Desarrollo.

7.3 Nueves pasos para realizar una campaña de correo electrónico.

8. Medios sociales.

8.1 Distribución de contenido.

8.2 Comunidades virtuales.

8.3 Creación de contenidos.

8.4 Mercadotecnia y medios sociales.

9 CRM.

9.1 Introducción.

9.2 Agregando valor a través del CRM.

9.3 Funciones del CRM.

9.4 Tecnología y CRM.

10. Mercadotecnia móvil.

10.1 Introducción.

10.2 Telefonía móvil.

10.3 Servicio de mensajería.

10.4 Servicios de mensajería móvil.

10.5 Web móvil.

11 Estrategia de eMercadotecnia.

11.1 Introducción.

11.2 Desarrollando el plan de mercadotecnia.

11.3 eMercadotecnia y mercadotecnia.

ACTIVIDADES DE APRENDIZAJE

Actividades de aprendizaje conducidas por un docente:

1. El profesor supervisa la discusión de casos de negocios, notas técnicas y textos-lecturas.

Actividades de aprendizaje independientes:

1. El participante deberá estudiar con profundidad las referencias señaladas para cada sesión a fin de estar debidamente preparado para las discusiones en clase; estas asignaciones son críticas para lograr los objetivos educacionales del curso para consolidar los diversos temas de estudio y tener una perspectiva de la aplicación de la mercadotecnia digital en los negocios electrónicos.

CRITERIOS DE EVALUACIÓN

Para la evaluación del aprendizaje de los alumnos se cuenta con procedimientos y criterios que permiten dar seguimiento y evaluar los resultados del proceso de aprendizaje. Los procedimientos y la ponderación de cada uno de ellos son los siguientes:

- 20% --- Examen medio término.
- 20% --- Casos (colaborativos)
- 15% --- Análisis de notas técnicas.
- 15% --- Discusión sobre textos-lecturas.
- 10% --- Discusiones en clase.
- 20% --- Examen final.

DENOMINACIÓN DE LA ASIGNATURA O UNIDAD DE APRENDIZAJE

Inteligencia de mercados

CICLO ESCOLAR

Cursos optativos según área de concentración

CLAVE DE UNIDAD DE APRENDIZAJE

AD5119

FINES DEL APRENDIZAJE O FORMACIÓN

Al finalizar el curso el alumno será capaz de:

- Desarrollar habilidades gerenciales para utilizar la investigación de mercados en el proceso de planeación estratégica de mercadotecnia.
- Distinguir cuándo utilizar y cuándo no la investigación de mercados, definición del problema e hipótesis de investigación e identificar las opciones cualitativas y cuantitativas disponibles en el mercado.
- Identificar las metodologías para realizar los siguientes tipos de estudios: segmentación de mercados, estudios de satisfacción del cliente, investigación de productos y su posicionamiento, investigación de publicidad, promoción y marcas.
- Generar soluciones creativas para la adquisición y uso de la información, así como explorar nuevas tecnologías para desarrollar información que permita tomar decisiones que apoyen el proceso de planeación estratégica en las organizaciones.
- Aplicar las principales metodologías para obtener información del mercado y hacer uso de las diferentes herramientas disponibles para su análisis.
- Emplear diversas técnicas de investigación de mercados en un proyecto integrador que propicie un mayor impacto mercadológico de la empresa en su industria.
- Desarrollar un proyecto integrador que ayuden a diseñar estrategias mercadológicas adecuadas a la empresa o industria y llevarlo a la práctica, desde la conceptualización y diseño de un estudio de mercado y el levantamiento de información hasta la aplicación específica de técnicas de análisis.
- Valorar la importancia de los estudios de mercado en el proceso de toma de decisiones de mercadotecnia para desarrollar proyectos creativos y certeros.

CONTENIDO TEMÁTICO

1. SIM y las fuentes de información.
 - 1.1. Definición del SIM.
 - 1.2. Elementos que debe contener un sistema de información en general.
 - 1.3. Módulos que componen un sistema de información mercadotécnica.

2. La medición y el plan de muestreo.
 - 2.1. El concepto de la medición.
 - 2.1.1. La validez de una medición.
 - 2.1.2. La confiabilidad de una medición.
 - 2.2. Las escalas de medición.
 - 2.3. Hipótesis de investigación.
 - 2.4. Los conceptos de censo y muestreo.
 - 2.5. Los pasos de un proceso de muestreo.
 - 2.6. Métodos de muestreo.
 - 2.6.1. Muestreos probabilísticos.
 - 2.6.2. Muestreos no-probabilísticos.
 - 2.7. Errores en la muestra.
 - 2.8. El tamaño de la muestra.

3. Técnicas cuantitativas de investigación y recolección de datos.
 - 3.1. Métodos estructurados de medición - Una taxonomía de técnicas.
 - 3.2. ¿Qué tipos de encuesta debo aplicar?.
 - 3.3. Desarrollo de un cuestionario.
 - 3.4. La prueba piloto del cuestionario.
 - 3.5. Preguntas directas y no-directas.
 - 3.6. Preguntas difíciles.

4. Técnicas cualitativas de investigación: Instrumentos de recolección de datos.
 - 4.1. Estructura de la medición del comportamiento humano.
 - 4.2. Estructura de la medición del comportamiento humano.
 - 4.3. Los métodos no-estructurados- Una taxonomía de métodos.
 - 4.4. Sesiones de grupo.
 - 4.4.1. La guía de tópicos.
 - 4.5 Entrevistas Individuales a profundidad.
 - 4.6 Otras técnicas.

5. Conceptos fundamentales avanzados de análisis.
 - 5.1. Criterios de clasificación de las técnicas de análisis.
 - 5.2. Técnicas paramétricas/no-paramétricas.
 - 5.3. Aplicación de técnicas no-paramétricas de análisis en pruebas de hipótesis pruebas McNemar, Kolmogorov-Smirnov, Kruskal-Wallis.
 - 5.4. Técnicas univariables y multivariables.
 - 5.5. Aplicación de técnicas de análisis univariables en pruebas de hipótesis.
 - 5.5.1. Ji-cuadrada.
 - 5.5.2. Varianza.
 - 5.5.3. Regresión simple.

6. Presentación de resultados y ética en la investigación de mercados.
 - 6.1. La presentación escrita.
 - 6.2. Esquema típico de un informe de investigación de mercados.
 - 6.3. Información que debe contener un reporte.
 - 6.4. Métodos de síntesis gráfica.
 - 6.5. La presentación Oral.
 - 6.6. Recomendaciones para una presentación oral.

6.7. Ética: investigación de mercados y publicidad.

6.8. Ética: normas de comportamiento.

ACTIVIDADES DE APRENDIZAJE

Actividades de aprendizaje conducidas por un docente:

1. El enfoque de enseñanza enfatiza en el desarrollo de un proyecto aplicado donde aplican los conceptos aprendidos de la investigación de mercados.
2. En este curso se utilizará el software estadístico SPSS.

Actividades de aprendizaje independiente:

1. Autoestudio del marco teórico que sustenta los temas clave del curso:
2. Aplicación de todos los conceptos del curso a través del desarrollo de un proyecto mediante la metodología de POL, con aplicación práctica.
3. Lectura de un texto sobre la temática del que se desprende un análisis crítico individual.
4. Ensayos.
5. Exámenes.

CRITERIOS DE EVALUACIÓN

Para la evaluación del aprendizaje de los alumnos se cuenta con procedimientos y criterios que permiten dar seguimiento y evaluar los resultados del proceso de aprendizaje. Los procedimientos y la ponderación de cada uno de ellos son los siguientes:

20% --- Actividades Individuales.

40% --- Proyecto integrador. Varias fases.

15% --- Examen Medio Término.

25% --- Examen Final.

DENOMINACIÓN DE LA ASIGNATURA O UNIDAD DE APRENDIZAJE

Prospectiva e innovación

CICLO ESCOLAR

Cursos optativos según área de concentración

CLAVE DE UNIDAD DE APRENDIZAJE

EC5008

FINES DEL APRENDIZAJE O FORMACIÓN

Al finalizar el curso, el alumno será capaz de:

- Aprender los métodos prospectivos, las herramientas cuantitativas de desarrollo regional para la identificación de sistemas de innovación sectorial de oportunidad.
- Identificar los componentes de los sistemas de innovación para la toma de decisiones que contribuyan a la generación de alternativas de negocios en sus entornos para la creación, consolidación y desarrollo de iniciativas empresariales, con un enfoque de generación de productos y/o servicios de valor agregado, conectados a la realidad global del comercio y elevando la competitividad del sector económico en donde participa.
- Aplicar las herramientas prospectivas y analizar la información generada para la realización de propuestas que consoliden el desarrollo estratégico a través de la innovación en su realidad sectorial-regional.

CONTENIDO TEMÁTICO

1. Observatorio estratégico tecnológico.
 - 1.1 Vocaciones productivas regionales y desarrollo regional en México.
 - 1.2 Las megatendencias tecnológicas.
 - 1.3 Las megatendencias sociales.
 - 1.4 Clusters económicos de mayor impacto en México.
2. Introducción a la prospectiva estratégica.
 - 2.1 La diferencia entre planeación, la prospectiva y la estrategia.
 - 2.2 Los conceptos clave de la prospectiva.
3. Los errores de la planeación convencional y el pronóstico.
 - 3.1. Caso ejemplo de error de planeación y pronóstico.
 - 3.2 Las causas principales de error.
 - 3.3 Desinformación o información equivocada.
 - 3.4 Tendencias de los 70's y 80's.
 - 3.5 La nueva economía.

- 4.1 Factores de desarrollo.
- 4.2. La Globalización.
- 4.3 La Tecnología.
- 4.4 El desarrollo sustentable.
- 4.5. El vínculo entre el crecimiento económico y la dinámica demográfica.

- 5. La planeación de escenarios.
 - 5.1 Condiciones y herramientas para asegurar una buena planeación de escenarios.
 - 5.2 La planeación de escenarios: Un enfoque integrador.

- 6. Iniciando el proceso de prospectiva estratégica.
 - 6.1 Un taller de prospectiva estratégica.
 - 6.2 Una guía práctica de prospectiva estratégica.
 - 6.3 Casos de estudio.

- 7. La prospectiva estratégica y la innovación en la economía global.
 - 7.1 El reto de la imaginación.
 - 7.2 Creatividad e imaginación estratégica.
 - 7.3 Señales emergentes y oportunidades.

- 8. La identificación de oportunidades estratégicas de negocios innovadores.
 - 8.1 Bajo el enfoque de megatendencias sociales y tecnológicas.
 - 8.2 Bajo el enfoque de clusters.
 - 8.3 Bajo el enfoque de fuentes externas.

ACTIVIDADES DE APRENDIZAJE

Actividades de aprendizaje conducidas por un docente:

1. Exposición del marco teórico y herramientas que sustentan los temas clave del curso, provocando el pensamiento crítico en el alumno a través de la técnica de la pregunta: Fuentes y Plataformas de Información, Prospectiva Estratégica e Innovación, ilustrando aplicaciones sobre los mismos.

Actividades de aprendizaje independiente:

1. Reportes de análisis y casos prácticos, tanto de manera individual como grupal, mediante la discusión sobre el contexto de situaciones y casos prácticos, estableciendo una relación con los conceptos de Prospectiva Estratégica, Innovación, Desarrollo Regional y Elaboración de Escenarios.
2. Aplicación de todos los conceptos del curso a través del desarrollo de dos proyectos mediante la metodología de POL; uno individual con aplicación práctica a una organización real y otro grupal sobre propuesta de una idea de negocio.
3. Lectura de dos textos sobre las temáticas del que se desprende un análisis crítico individual.

CRITERIOS DE EVALUACIÓN

Para la evaluación del aprendizaje de los alumnos se cuenta con procedimientos y criterios que permiten dar seguimiento y evaluar los resultados del proceso de aprendizaje. Los procedimientos y la ponderación de cada uno de ellos son los siguientes:

5% --- Reporte sobre película. Se evalúa la capacidad de identificar problemáticas, intereses y estrategias relacionadas con la innovación y el desarrollo endógeno.

5% --- Escenarios futuros. Se evalúa la capacidad de investigación, análisis y abstracción para la elaboración de escenarios con base en datos duros y tendencias.

5% --- Casos de estudio. Se evalúa la capacidad de analizar críticamente un caso documentado desde la perspectiva de análisis de escenarios.

20% --- Fases individuales del proyecto. Se evalúa a aplicación de los conceptos de la prospectiva estratégica en la estructuración de una propuesta de implementación de la metodología en una empresa.

40% --- Fases colaborativas del proyecto. Se evalúa la aplicación de las técnicas de identificación de oportunidades estratégicas para el desarrollo regional a través de la estructuración de una ficha de idea de negocio.

25% --- Examen final. Se evalúa la comprensión de los conceptos básicos de las teorías de Manu y Godet al final del curso.

DENOMINACIÓN DE LA ASIGNATURA O UNIDAD DE APRENDIZAJE

Finanzas internacionales

CICLO ESCOLAR

Cursos optativos según área de concentración

CLAVE DE UNIDAD DE APRENDIZAJE

FZ5000

FINES DEL APRENDIZAJE O FORMACIÓN

El alumno será capaz de identificar y medir el riesgo cambiario a través de la revisión de la historia reciente en los mercados financieros internacionales y la observación de los principales modelos que explican la determinación del tipo de cambio.

CONTENIDO TEMÁTICO

1. Sistema Monetario Internacional.
2. Determinación del tipo de cambio: fundamental, técnico, balanza de pagos, teorías determinísticas.
3. Identificación y medición de la exposición al riesgo cambiario.
4. Administración de la exposición al riesgo cambiario.
5. Costo de capital internacional.
6. Inversiones internacionales: activos reales y activos financieros.

ACTIVIDADES DE APRENDIZAJE

Actividades de aprendizaje conducidas por un docente:

1. Exposición del marco teórico que sustenta los temas clave del curso promoviendo el pensamiento crítico de los alumnos sobre los siguientes temas:
Sistema financiero global, sistema financiero mexicano, financiamiento bancario, instituciones de fomento, instituciones y organizaciones auxiliares de crédito, financiamiento con emisión de títulos de derecho, certificados bursátiles, papel comercial, financiamiento con capital contable, financiamiento internacional, ilustrando aplicaciones sobre los mismos y diseño de actividades que promuevan el aprendizaje y razonamiento crítico del alumno.

Actividades de aprendizaje independiente.

1. Lectura crítica y reflexiva de fuentes bibliográficas buscando proporcionar los conceptos y procedimientos esenciales de la disciplina en estudio.
2. Aplicación de exámenes para evaluar el nivel de conocimientos adquiridos en los temas tratados en el curso.
3. Realización de tareas con la finalidad aplicar lo temas vistos de manera práctica.
4. Desarrollo de un proyecto.

CRITERIOS DE EVALUACIÓN

Para la evaluación del aprendizaje de los alumnos se cuenta con procedimientos y criterios que permiten dar seguimiento y evaluar los resultados del proceso de aprendizaje. Los procedimientos y la ponderación de cada uno de ellos son los siguientes:

18% - Tareas.

22% - Proyecto final.

25% - Examen de medio término.

35% - Examen final.

DENOMINACIÓN DE LA ASIGNATURA O UNIDAD DE APRENDIZAJE

Fuentes de financiamiento

CICLO ESCOLAR

Cursos optativos según área de concentración

CLAVE DE UNIDAD DE APRENDIZAJE

FZ5013

FINES DEL APRENDIZAJE O FORMACIÓN

Al finalizar el curso el alumno será capaz de:

- Contar con un entendimiento general de las diferentes fuentes de financiamiento disponibles para las empresas e instituciones nacionales e internacionales, ya sean de sector privado o gubernamental para la selección del financiamiento de sus diversos proyectos que maximicen el valor de la empresa.
- Desarrollar las competencias y habilidades para poder distinguir las mejores alternativas disponibles para el financiamiento de los proyectos de inversión.

CONTENIDO TEMÁTICO

1. Sistema financiero global.

1.1. Definición de sistema financiero.

1.2. Instituciones de depósito y crédito: Bancos comerciales.

1.3. Intermediarios financieros no bancarios.

1.4. Sociedades financieras de objeto múltiple.

1.5. Principales mercados de financiamiento a corto y largo plazo: bancario, bursátil, seguros, y fondos de retiro.

2. Sistema financiero mexicano.

2.1. Propósito, funciones y objetivos.

2.2. Organismos reguladores del financiamiento en México.

2.3. Comisión Nacional Bancaria y de Valores (CNBV).

2.4. Comisión Nacional de Seguros y Finanzas (CNSF).

- 2.5. Comisión Nacional del Sistema del Ahorro para el Retiro (CONSAR).
- 2.6. La Secretaría de Hacienda y Crédito Público.
- 2.7. El Banco de México.
- 2.8. Intermediarios financieros: CONDUSEF, IPAB.
- 2.9. Intermediarios financieros no bancarios en México: SOFIPOS, SOFINCOS, SOFOMES, cooperativas de ahorro y crédito, uniones de crédito y entidades de ahorro y crédito popular.

3. Financiamiento bancario.
 - 3.1. Banca comercial.
 - 3.2. Banca de desarrollo: NAFIN, BANOBRAS, BANCOMEXT, BANSEFI, Sociedad Hipotecaria Federal, BANJERCITO, Financiera Nacional para el Desarrollo Agrario, Forestal y Pesquero.
 - 3.3. Fideicomisos de fomento: FIRA, INFONACOT, FONATUR, FIFOMI, FONHAPO, FONADIN.
 - 3.4. Crédito bancario.

4. Instituciones de fomento.
 - 4.1. Instituciones de fomento nacionales.
 - 4.2. NAFIN.
 - 4.3. BANCOMEXT.
 - 4.4. Sociedad Hipotecaria Federal (SHF).
 - 4.5. Banco del Ahorro Nacional y Servicios Financieros (BANSEFI).
 - 4.6. Financiera Nacional para el Desarrollo Agrario, Forestal y Pesquero.
 - 4.7. FONATUR.
 - 4.8. FONACOT.
 - 4.9. FIRA.
 - 4.10. EXIMBANKs.
 - 4.11. Instituciones de fomento internacionales: Banco Mundial, BCIE, etc.

5. Instituciones y organizaciones auxiliares de crédito.
 - 5.1. Sociedades financieras de objeto múltiple.

5.2. Uniones de crédito.

5.3. Almacenes generales de depósito.

6. Financiamiento con emisión de títulos de derecho (certificados bursátiles y papel comercial).

6.1. Instituciones del mercado de valores: Bolsa Mexicana de Valores, Casas de Bolsa, Calificadoras, INDEVAL, valuadoras de precios, fondos de inversión.

6.2. Instrumentos en el mercado.

6.3. Mercado primario y secundario.

6.4. Financiamiento con deuda.

6.5. Papel comercial.

6.6. Certificados bursátiles.

6.7. Pagarés a mediano y largo plazo.

6.8. Certificados de participación ordinaria (bursatilizaciones).

6.9. Obligaciones.

6.10. FIBRAS.

6.11. CKD's.

6.12. Bonos para la educación.

6.13. FIBRA E.

7. Financiamiento con capital contable.

7.1. Importancia de recibir capital de accionistas.

7.2. Emisión de acciones en forma privada.

7.3. Emisión de acciones en el Mercado de Valores.

7.4. Obtener fondos de Capital Privado.

8. Financiamiento internacional.

8.1. Financiamiento en Mercados Financieros Internacionales.

8.2. Préstamos de bancos del extranjero.

- 8.3. Emisión de papel Comercial en el exterior.
- 8.4. Emisión de Bonos en Mercados extranjeros.
- 8.5. Emisión de Acciones en Bolsas de Valores del Extranjero.

ACTIVIDADES DE APRENDIZAJE

Actividades de aprendizaje conducidas por un docente:

1. Exposición del marco teórico que sustenta los temas clave del curso:
Sistema financiero global, sistema financiero mexicano, financiamiento bancario, instituciones de fomento, instituciones y organizaciones auxiliares de crédito, financiamiento con emisión de títulos de derecho, certificados bursátiles, papel comercial, financiamiento con capital contable, financiamiento internacional, ilustrando aplicaciones sobre los mismos y diseño de actividades que promuevan el aprendizaje y razonamiento crítico del alumno.

Actividades de aprendizaje independiente.

1. Lectura crítica y reflexiva de fuentes bibliográficas buscando proporcionar los conceptos y procedimientos esenciales de la disciplina en estudio.
2. Aplicación de exámenes para evaluar el nivel de conocimientos adquiridos en los temas tratados en el curso.
3. Realización de tareas con la finalidad aplicar lo temas vistos de manera práctica.
4. Desarrollo de un proyecto.

CRITERIOS DE EVALUACIÓN

Para la evaluación del aprendizaje de los alumnos se cuenta con procedimientos y criterios que permiten dar seguimiento y evaluar los resultados del proceso de aprendizaje. Los procedimientos y la ponderación de cada uno de ellos son los siguientes:

- 18% - Tareas.
- 22% - Proyecto final.
- 25% - Examen de medio término .
- 35% - Examen final.

DENOMINACIÓN DE LA ASIGNATURA O UNIDAD DE APRENDIZAJE

Análisis y evaluación de proyectos de inversión

CICLO ESCOLAR

Cursos optativos según área de concentración

CLAVE DE UNIDAD DE APRENDIZAJE

FZ5019

FINES DEL APRENDIZAJE O FORMACIÓN

El alumno será capaz de utilizar métodos cuantitativos, así como en aspectos teóricos y conceptuales como herramientas para tomar la mejor decisión en los proyectos de inversión que se pueden presentar en su vida laboral y personal.

CONTENIDO TEMÁTICO

1. Proyectos de inversión y proyectos de reemplazo de equipos, decisiones de arrendamiento contra compra.
2. Construir los flujos de efectivo.
3. Estimar el costo de financiamiento.
4. Evaluar proyectos bajo circunstancias de certidumbre.
5. Evaluar proyectos bajo circunstancias de incertidumbre.

ACTIVIDADES DE APRENDIZAJE

Actividades de aprendizaje conducidas por un docente:

1. Exposición del marco teórico que sustenta los temas clave del curso, flujo de efectivo, costo de financiamiento, certidumbre e incertidumbre; promoviendo el pensamiento crítico del alumno
2. Discusiones sobre la solución de problemas y casos prácticos, estableciendo una relación con conceptos de dirección de personas y equipos de trabajo.

Actividades de aprendizaje independiente:

1. Solución de problemas y casos prácticos, tanto de manera individual como grupal, que refuercen el aprendizaje y fomenten la responsabilidad y disciplina de los alumnos, así como su capacidad de análisis.
2. Aplicación de todos los conceptos del curso en un proyecto de campo llevado a cabo en equipo.

CRITERIOS DE EVALUACIÓN

Para la evaluación del aprendizaje de los alumnos se cuenta con procedimientos y criterios que permiten dar seguimiento y evaluar los resultados del proceso de aprendizaje. Los procedimientos y la ponderación de cada uno de ellos son los siguientes:

18% --- Ejercicios.

12% ---Investigaciones.

21% ---Examen de medio término.

21% ---Examen finales.

28% ---Proyecto integrador.

DENOMINACIÓN DE LA ASIGNATURA O UNIDAD DE APRENDIZAJE

Administración del circulante

CICLO ESCOLAR

Cursos optativos según área de concentración

CLAVE DE UNIDAD DE APRENDIZAJE

FZ5055

FINES DEL APRENDIZAJE O FORMACIÓN

Al finalizar el curso el alumno será capaz de:

- Conocer la administración financiera de la empresa en el corto plazo.
- Utilizar herramientas prácticas para interrelacionar las actividades de inversión y de sus fuentes de financiamiento,
- Tomar decisiones financieras del tesorero referentes a la adquisición y el financiamiento de los activos circulantes.

CONTENIDO TEMÁTICO

1. Introducción a la Administración de Capital de Trabajo.
 - 1.1 Importancia.
 - 1.2 Liquidez.
 - 1.3 Rentabilidad.
 - 1.4 Equilibrio Liquidez-Rentabilidad.
2. Administración Financiera del Efectivo.
 - 2.1 Presupuesto de Efectivo.
 - 2.2 Modelo Baumol.
 - 2.3 Modelo Miller-Orr.
3. Administración Financiera de las Inversiones Temporales.
 - 3.1 Interés Simple vs Interés Compuesto.
 - 3.2 Tasas Equivalentes.
 - 3.3 Tasa de Descuento vs Tasa de Rendimiento.
 - 3.4 Instrumentos del mercado de dinero.
4. Portafolio de Inversiones.
 - 4.1 Medición del Rendimiento.
 - 4.2 Medición del Riesgo.
 - 4.3 Diversificación.
 - 4.4 Formación de portafolio óptimo.

5. Administración Financiera de las Cuentas por Cobrar.

5.1 Normas de Crédito.

5.2 Políticas de Crédito.

5.3 Análisis Costo Beneficio.

5.4 Método Sartoris-Hill (VPN).

5.5 Reglas de Consolidación.

5.6 Consolidación de Estados Financieros.

6. Administración Financiera de Inventarios.

6.1 Modelo EOQ.

6.2 Punto de reorden.

6.3 Análisis Financiero de Inventario.

6.4 Análisis Marginal.

7. Administración Financiera del Pasivo a Corto Plazo.

7.1 Fuentes de Financiamiento.

7.2 Costo.

7.3 Riesgos.

8. Mercado de Derivados.

8.1 Forward.

8.2 Futuros.

8.3 Opciones.

8.4 Opciones.

8.5 Swaps.

9. Administración Financiera del Riesgo

9.1 Riesgo Financiero.

9.2 Riesgo Cambiario.

9.3 Riesgo Crediticio.

ACTIVIDADES DE APRENDIZAJE

Actividades de aprendizaje conducidas por el docente:

1. Exposición del marco teórico que sustenta los temas claves del curso: Valuación, Capital en trabajo, Efectivo e Inversiones temporales.

Actividades de aprendizaje independiente:

1. Lectura crítica del libro de texto - Esta estrategia te ayudará a desarrollar la habilidad del aprendizaje por cuenta propia.
2. Investigación en Biblioteca Digital - El alumno investigará en la Biblioteca Digital seis artículos sobre la aplicación de los contenidos conceptuales correspondientes a los módulos que se estén trabajando, tratando de cubrir aquellos aspectos más relevantes y de complementar e integrar el conocimiento construido en las actividades individuales.
3. Ejercicios de tarea - Consisten en ejercicios numéricos relacionados con cada tema. La finalidad de las tareas es que desarrolles la habilidad de razonar un problema y dar la solución adecuada.
4. Examen de medio término - Se buscará que el alumno aplique el conocimiento adquirido durante los primeros 4 módulos del curso. El examen tiene el propósito de corroborar que el alumno efectivamente haya hecho un estudio profundo y exhaustivo del material asignado, evaluando la capacidad de aplicar lo aprendido en las lecturas a situaciones reales, ya que los materiales en cuestión han sido diseñados para que el participante afirme lo que efectivamente aprendió en la primera mitad del curso.
5. Examen final - El examen final incluye el material cubierto del módulo 5 al módulo 8. El examen tiene el propósito de corroborar que el alumno efectivamente haya hecho un estudio profundo y exhaustivo del material asignado, evaluando la capacidad de aplicar lo aprendido en las lecturas a situaciones reales, ya que los materiales en cuestión han sido diseñados para que el participante afirme lo que efectivamente aprendió en la segunda mitad del curso.

En lo que se refiere a actividades colaborativas se siguieren:

Proyecto integrador, el cual tiene dos objetivos:

1. El primero es identificar una problemática relacionada con la administración financiera del capital de trabajo para elaborar un caso. El caso se elaborará sobre una empresa en la que algún miembro del equipo labore. Una vez elaborado el caso, se le debe dar una solución a dicha problemática apoyado con las herramientas aprendidas en el curso.
2. El segundo objetivo se deriva del primero, y es resolver y evaluar un caso que será asignado por el equipo docente.

Producto final:

De este proyecto surgen dos productos:

1. Elaborar un caso sobre la problemática de la administración financiera del capital de trabajo y la solución al caso elaborado.
2. Resolver y evaluar el caso asignado por el equipo docente.

CRITERIOS DE EVALUACIÓN

Para la evaluación del aprendizaje de los alumnos se cuenta con procedimientos y criterios que permiten dar seguimiento y evaluar los resultados del proceso de aprendizaje. Los procedimientos y la ponderación de cada uno de ellos son los siguientes:

18% --- Ejercicios.

12% ---Investigaciones de Biblioteca Digital.

21% ---Examen de medio término.

21% ---Examen final.

28% ---Proyecto integrador.

DENOMINACIÓN DE LA ASIGNATURA O UNIDAD DE APRENDIZAJE

Comportamiento del consumidor

CICLO ESCOLAR

Cursos optativos según área de concentración

CLAVE DE UNIDAD DE APRENDIZAJE

MT5042

FINES DEL APRENDIZAJE O FORMACIÓN

Al finalizar el curso el alumno será capaz de:

- Comprender los modelos y teorías en los que se sustenta la disciplina del comportamiento del consumidor, esto mediante la lectura y análisis del material seleccionado por el equipo docente.
- Tomar decisiones estratégicas de mercadotecnia, como resultado final de la realización de un proyecto de investigación.

CONTENIDO TEMÁTICO

1. Aspectos generales del comportamiento del consumidor y proceso de decisión de compra.
 - 1.1 Aspectos generales del comportamiento del consumidor.
 - 1.2 Toma de decisiones.
2. Factores internos que afectan la conducta de compra.
 - 2.1 Percepción.
 - 2.2 Aprendizaje y memoria del consumidor.
 - 2.3 Actitudes y cambio de actitud.
 - 2.4 Motivación y personalidad.
3. Factores externos que afectan la conducta de compra.
 - 3.1 Ingreso y clase social.
 - 3.2 Influencia de los grupos de referencia.
 - 3.3 Influencia de la familia.
 - 3.4 Cultura y subcultura.
4. El consumidor intercultural.
 - 4.1 Consumidores interculturales y globales.

ACTIVIDADES DE APRENDIZAJE

Actividades de aprendizaje realizadas por el profesor:

1. Presentación del marco teórico que apoya los temas del comportamiento del consumidor: proceso de decisión de compra, factores que influyen en el comportamiento de compra y estrategia de marketing, promoviendo el pensamiento crítico del alumno.
2. Seguimiento en el desarrollo del proyecto integrador.

Actividades de aprendizaje independientes:

1. Elaboración de las etapas del Proyecto, de acuerdo a criterios previamente definidos.
2. Elaboración de reportes de lecturas para participar activamente en clase.

CRITERIOS DE EVALUACIÓN

Para la evaluación del aprendizaje de los alumnos se cuenta con procedimientos y criterios que permiten dar seguimiento y evaluar los resultados del proceso de aprendizaje. Los procedimientos y la ponderación de cada uno de ellos son los siguientes:

40% --- Exámenes.

20% --- Reportes.

40% --- Proyecto integrador.

DENOMINACIÓN DE LA ASIGNATURA O UNIDAD DE APRENDIZAJE

Desarrollo estratégico del capital humano

CICLO ESCOLAR

Cursos optativos según área de concentración

CLAVE DE UNIDAD DE APRENDIZAJE

RH5003

FINES DEL APRENDIZAJE O FORMACIÓN

Al finalizar el curso el alumno será capaz de:

- Identificar, con el fin de aplicarlos en la práctica, aquellos factores que pueden ser claves para dirigir personas y equipos de trabajo de manera efectiva.
- Autodiagnosticar los factores que caracterizan su estilo de mando y cómo estos influyen en el desempeño de sus colaboradores.
- Identificar la importancia que tiene el lograr un dominio personal y del ego con el fin de convertirse en un buen jefe, además de productivo.
- Diagnosticar las características y el momento tanto del entorno organizacional como del grupo de personas que tiene que dirigir con el fin de incrementar su productividad y bienestar en la organización.

CONTENIDO TEMÁTICO

1. Dirección de personas.
 - 1.1 El estilo de dirigir personas como factor clave para una buena gestión administrativa.
 - 1.2 La evolución del estilo de dirigir personas.
 - 1.3 Saber administrar no basta, hace falta saber dirigir.
 - 1.4 De la perspectiva del mero administrador a la de la naturaleza humana.

2. Mis colaboradores.
 - 2.1 En la mente de mis colaboradores: ¿cómo piensan?.
 - 2.2 Identidad, motivaciones, temores, fortalezas de mis colaboradores.
 - 2.3 ¿Qué nos dice el punto de vista de mis colaboradores? Viendo el mundo a través de sus ojos.
 - 2.4 No es mera gestión administrativa, sino gestión de las experiencias de mis colaboradores.

3. Yo como director de personas.
 - 3.1 El liderazgo está sobrevaluado. Busquemos ser buenos jefes, primero.
 - 3.2 La retórica vs la realidad: la influencia de mis valores en mi estilo de dirección.

- 3.3 Tomando atajos en la jerarquía para construir.
- 3.4 Ejercer la dirección de personas como un acto 'antinatural' para lograr el compromiso de los colaboradores.
- 3.5 Facultamiento, reconocimiento y dominio personal y del ego: claves para dirigir.
- 3.6 Poder y política en la organización: juegos que todos jugamos.
- 3.7 Experimentando. Prácticas no convencionales de dirección de personas.

ACTIVIDADES DE APRENDIZAJE

Actividades de aprendizaje conducidas por un docente:

1. Exposición del marco teórico que sustenta los temas clave del curso: estrategia y cultura del negocio; las nuevas maneras de captar, desarrollar, retener, evaluar, retribuir y separar personal y como dirigir personas y equipos de trabajo.
2. Discusiones sobre la solución de problemas y casos prácticos, estableciendo una relación con conceptos de dirección de personas y equipos de trabajo.

Actividades de aprendizaje independiente:

1. Solución de problemas y casos prácticos, tanto de manera individual como grupal, que refuercen el aprendizaje y fomenten la responsabilidad y disciplina de los alumnos, así como su capacidad de análisis.
2. Aplicación de todos los conceptos del curso en un proyecto de campo llevado a cabo en equipo.

CRITERIOS DE EVALUACIÓN

Para la evaluación del aprendizaje de los alumnos se cuenta con procedimientos y criterios que permiten dar seguimiento y evaluar los resultados del proceso de aprendizaje.

Los procedimientos y la ponderación de cada uno de ellos son los siguientes:

30% --- Exámenes parciales acumulativos. Se evalúa la comprensión y aplicación de conceptos sobre conservación de la materia y el uso de materiales en los procesos químicos.

30% --- Actividades en foro semanal, tareas e investigaciones.

40% --- Proyecto de campo. Se evalúa la aplicación en campo de los conocimientos adquiridos en el curso.

Este documento presenta información sobre los programas de los cursos de la **Maestría en Administración Empresarial** del Tecnológico de Monterrey. Su contenido refleja la información disponible en medios oficiales al momento de su publicación.

El Tecnológico de Monterrey se reserva el derecho de hacer modificaciones al contenido en cualquier momento y sin previo aviso y, expresamente, se deslinda de obligaciones declaradas, implicadas o inferidas, derivadas de la información aquí presentada.

Cuidado de la edición y publicación:
Dirección de Normatividad Académica de la Vicerrectoría Académica y de Innovación Educativa.
Monterrey, Nuevo León, México