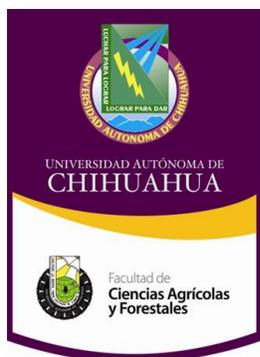


**UNIVERSIDAD AUTÓNOMA DE
CHIHUAHUA**



UNIDAD ACADÉMICA:
FACULTAD DE CIENCIAS
AGRICOLAS Y FORESTALES

PROGRAMA DEL CURSO:
INTRODUCCIÓN AL PROCESO
ADMINISTRATIVO DE
AGRONEGOCIOS

DES:	AGROPECUARIA
Programa(s) Educativo(s):	MAESTRIA EN AGRONEGOCIOS
Tipo de materia (Obli/Opta):	OBLIGATORIA
Clave de la materia:	MPAG500
Semestre:	
Área en plan de estudios (B, P, E):	BASICA
Créditos:	6
Total de horas por semana:	6
<i>Teoría: Presencial o Virtual</i>	4
<i>Laboratorio o Taller:</i>	0
<i>Prácticas:</i>	0
<i>Trabajo extra-clase:</i>	2
Créditos Totales:	6
Total de horas semestre (4x16 sem):	64 HORAS
Fecha de actualización:	JUNIO 2016
Prerrequisito (s):	NINGUNO
Elaborado por	Dr. Jose Esteban Hernandez Salas Ph.D. Jose Eduardo Magaña Magaña

Fundamentación pedagógica:

El entorno actual de mercado está en constante cambio. El avance tecnológico en la industria, las tecnologías de información y los medios electrónicos han transformando a los consumidores, haciéndolos más informados, exigentes y más selectivos y complejos en sus decisiones de compra, todo este es un contexto en el que se encuentra inmerso el estudiante de los Agronegocios.

Existe una alta competencia entre las empresas por atraer la atención de los consumidores, identificando

sus clientes, su perfil demográfico y socioeconómico, sus necesidades, deseos, hábitos de consumo y motivos de compra. La Administración es la disciplina que ayuda a los agronegocios a definir su mercado meta y a planificar sus estrategias encaminadas a cumplir sus objetivos.

En la actualidad las empresas requieren egresados con conocimientos, competencias, habilidades, y actitudes desarrolladas en las diferentes áreas de la organización por lo cual al complementarlo con el desarrollo de su estructura cognitiva, conceptos y hechos prácticos se encuentran con mayor preparación para la toma de decisiones que le confiere. Este programa analítico está diseñado en el Modelo Educativo Basado en Competencias, a través del cual el egresado podrá incorporarse al mercado laboral con mayor facilidad y contribuir eficaz y eficientemente a la solución de las necesidades que la sociedad demande en lo referente a planes y estrategias de Administración de Agronegocios.

Propósito del curso :

Al finalizar el curso el estudiante debe ser capaz de comprender el entorno del mercado, aptitudes gerenciales y de planeación estratégica identificando necesidades, técnicas de recolección y análisis de información del mercado objetivo para optimizar la toma de decisiones y maximizar la rentabilidad de la empresa.

Objetivos:

- 1.- Introducir al alumno en los conceptos y la filosofía de la Administración
- 2.- Dar a conocer las características y funcionamiento de la Administración desde una perspectiva sistémica.
- 3.- Que el alumno logre Identificar las técnicas y herramientas de análisis de información para la toma de decisiones en el ámbito de comercialización.
- 4.- Aportar los conocimientos requeridos para la operación correcta de la administración de la empresa desde un punto de vista fundamentalmente estratégico que le permita realizar el diseño de un plan de negocios.

COMPETENCIAS (Tipo y nombre de las competencias)	CONTENIDOS (Objetos de aprendizaje, temas y subtemas)	RESULTADOS DE APRENDIZAJE
<p>Competencias básicas:</p> <p>Solución de problemas.</p> <ul style="list-style-type: none"> ✓ Dominio: 2,8,10 y 11. <p>Trabajo en equipo y liderazgo.</p> <ul style="list-style-type: none"> ✓ Dominio: 3,5,6,8 y 9 <p>Comunicación.</p> <ul style="list-style-type: none"> ✓ Dominio: 1-15 <p>Sociocultural</p> <ul style="list-style-type: none"> ✓ Dominio: 1,7 y 11 <p>Competencias profesionales:</p> <p>Uso y operación de herramienta y equipo</p> <ul style="list-style-type: none"> ✓ Dominio: 1 <p>Manejo de sistemas de producción</p> <ul style="list-style-type: none"> ✓ Dominio: 2 y 3 <p>Innovación y Transferencia de Tecnología</p> <ul style="list-style-type: none"> ✓ Dominio: 4y 6 <p>Competencias específicas:</p> <p>Plan estratégico empresarial</p> <ul style="list-style-type: none"> ✓ Dominio: 1, 2, 3 y 6 	<p>OBJETO DE ESTUDIO 1</p> <p>Fundamentos de Administración</p> <ul style="list-style-type: none"> 1.1 Planeación estratégica 1.2 Administración estratégica 1.3 Negocios internacionales 1.4 Cadena de suministro, producción y calidad 1.5 Empresas familiares 1.6 Pequeñas y medianas empresas 1.7 Liderazgo y dirección 1.8 Ética y responsabilidad empresarial 1.9 Administración de proyectos 1.10 Aprendizaje organizacional 1.11 Innovación empresarial 	<ul style="list-style-type: none"> 1.1 Entiende los procesos internos que llevan a la empresa al éxito 1.2 Describe la principales funciones gerenciales que se deben de llevar a cabo para el cumplimiento de metas de la empresa 1.3 Explica la importancia de entender los impactos globales que afectan la toma de decisiones de la empresa en torno al comportamiento macroeconómico internacional 1.4 Identifica los elementos e importancia de las áreas de producción y calidad de una empresa 1.5 Entiende que es una pequeña y mediana empresa así como todas las implicaciones y vertientes de estudio en torno al tema 1.6 Estudio de Pymes 1.7 Comprende la importancia del liderazgo organizacional de un administrador 1.8 Comprende y analiza las teorías de la ética empresarial 1.9 Elabora un proyecto costo beneficio 1.10 Estudia las diversas área de la empresa desde el punto de vista organizacional 1.11 Comprende la importancia de la tecnología y el marketing en las ventas
<p>Competencias básicas:</p> <p>Solución de problemas.</p> <ul style="list-style-type: none"> ✓ Dominio: 1-11 <p>Trabajo en equipo y liderazgo.</p> <ul style="list-style-type: none"> ✓ Dominio: 1-10 	<p>OBJETO DE ESTUDIO 2</p> <p>Contabilidad</p> <ul style="list-style-type: none"> 2.1 Básica 2.2 Intermedia 2.3 Avanzada 	<ul style="list-style-type: none"> 2.1 Entender los principios de la partida doble 2.2 Entender asientos contables y conciliaciones 2.3 Identifica disposiciones legales por la Secretaría

<p>Emprendedor</p> <ul style="list-style-type: none"> ✓ Dominio: 1-13 <p>Comunicación.</p> <ul style="list-style-type: none"> ✓ Dominio: 1-15 <p>Competencia profesional:</p> <p>Uso y operación de herramienta y equipo</p> <ul style="list-style-type: none"> ✓ Dominio: 1 <p>Innovación y Transferencia de Tecnología</p> <ul style="list-style-type: none"> ✓ Dominio: 3- 6 <p>Administración estratégica de los recursos.</p> <ul style="list-style-type: none"> ✓ Dominio: 1-4 	<p>2.4 Costos 2.5 Presupuestos</p>	<p>de Hacienda y Crédito Público</p> <p>2.4 Analiza costos 2.5 Analiza y fórmula presupuestos</p>
<p>Competencias básicas:</p> <p>Solución de problemas.</p> <ul style="list-style-type: none"> ✓ Dominio: 1-11 <p>Trabajo en equipo y liderazgo.</p> <ul style="list-style-type: none"> ✓ Dominio: 1-10 <p>Comunicación.</p> <ul style="list-style-type: none"> ✓ Dominio: 1-15 <p>Sociocultural</p> <ul style="list-style-type: none"> ✓ Dominio: 3,4,7,11 y 12 <p>Emprendedor</p> <ul style="list-style-type: none"> ✓ Dominio: 4, 5-13 <p>Competencia profesional:</p> <p>Uso y operación de herramienta y equipo</p> <ul style="list-style-type: none"> ✓ Dominio: 1 <p>Manejo de sistemas de producción</p> <ul style="list-style-type: none"> ✓ Dominio: 2 - 5 	<p style="text-align: center;">OBJETO DE ESTUDIO 3</p> <p>Economía</p> <p>3.1 Introducción a la Economía 3.2 Microeconomía 3.3 Macroeconomía 3.4 Econometría</p>	<p>3.1 Comprende y analiza el funcionamiento de los mercados</p> <p>3.2 Analiza el comportamiento del consumidor, análisis de costos, condiciones de equilibrio, y estructuras de mercado</p> <p>3.4 Comprende y analiza los agregados macroeconómicos y los instrumentos de política monetaria y gasto público en una economía abierta</p> <p>3.5 Comprende los métodos de predicción económica y las relaciones causa efecto entre variables.</p>

<p>Innovación y Transferencia de Tecnología</p> <ul style="list-style-type: none"> ✓ Dominio: 3- 6 Administración estratégica de los recursos. ✓ Dominio: 1-4 		
<p>Competencias básicas:</p> <p>Solución de problemas.</p> <ul style="list-style-type: none"> ✓ Dominio: 1-11 Trabajo en equipo y liderazgo. ✓ Dominio: 1-10 Emprendedor ✓ Dominio: 1-13 Comunicación. ✓ Dominio: 1-15 Sociocultural ✓ Dominio: 1-12 <p>Competencia generica:</p> <p>Uso y operación de herramienta y equipo</p> <ul style="list-style-type: none"> ✓ Dominio: 1 Manejo de sistemas de producción ✓ Dominio: 2 y 3 Innovación y Transferencia de Tecnología ✓ Dominio: 3- 6 Administración estratégica de los recursos. ✓ Dominio: 1-4 <p>Competencia específica:</p> <p>Cadenas de valor agropecuarias.</p> <ul style="list-style-type: none"> ✓ Dominio: 1-3 	<p style="text-align: center;">OBJETO DE ESTUDIO 4</p> <p>Finanzas</p> <p>4.1 introducción a las finanzas</p> <p>4.2 Administración financiera</p> <p>4.3. Evaluación de proyectos</p> <p>4.4. Finanzas corporativas</p> <p>4.5. Mercados financieros</p>	<p>4.1 Define el mercado financiero y su relación con lo Agronegocios</p> <p>4.2 Generan planeación y evaluación de proyectos</p> <p>4.3 Identifica, analiza y describe el comportamiento financiero y sus vertientes</p> <p>4.4 Comprende los mercados financieros y su aplicación a los agronegocios</p>

<p>Plan estratégico empresarial</p> <ul style="list-style-type: none"> ✓ Dominio: 1-6 <p>Estrategias de investigación Agropecuarias</p> <ul style="list-style-type: none"> ✓ Dominio: 1-6 		
<p>Competencias básicas:</p> <p>Solución de problemas.</p> <ul style="list-style-type: none"> ✓ Dominio: 1-11 <p>Trabajo en equipo y liderazgo.</p> <ul style="list-style-type: none"> ✓ Dominio: 1-10 <p>Emprendedor</p> <ul style="list-style-type: none"> ✓ Dominio: 1-13 <p>Comunicación.</p> <ul style="list-style-type: none"> ✓ Dominio: 1-15 <p>Sociocultural</p> <ul style="list-style-type: none"> ✓ Dominio: 1-12 <p>Uso y operación de herramienta y equipo</p> <ul style="list-style-type: none"> ✓ Dominio: 1 <p>Competencia profesional:</p> <p>Uso y operación de herramienta y equipo</p> <ul style="list-style-type: none"> ✓ Dominio: 1 <p>Manejo de sistemas de producción</p> <ul style="list-style-type: none"> ✓ Dominio: 2 y 3 <p>Innovación y Transferencia de Tecnología</p> <ul style="list-style-type: none"> ✓ Dominio: 3- 6 <p>Administración estratégica de los recursos.</p> <ul style="list-style-type: none"> ✓ Dominio: 1-4 <p>Competencia específica:</p> <p>Cadenas de valor agropecuarias.</p> <ul style="list-style-type: none"> ✓ Dominio: 1-3 	<p style="text-align: center;">OBJETO DE ESTUDIO 5</p> <p style="text-align: center;"><i>Mercadotecnia</i></p> <p>5.1 Principios de mercadotecnia 5.2 Mercadotecnia estratégica 5.3 Mercadotecnia Internacional 5.4 Investigación de mercados 5.5 Ventas 5.6 Estrategias de posicionamiento 5.7 Mercadotecnia especializada 5.8 Actividad práctica extraclase</p>	<p>5.1 Identifica y describe las diversas estructuras de mercado y sus funcionamientos .</p> <p>5.2 y 5.3 Conoce la importancia de segmentar un mercado para definir el mercado objetivo</p> <p>5.4 Enumera y describe los principales procedimientos para abrir mercados</p> <p>5.6 Define las principales estrategias de marketing orientada hacia el cliente: segmentación, selección de mercado meta, diferenciación y posicionamiento de mercarl enfocadas al área de ventas</p> <p>5.7 Explica cómo las empresas identifican los segmentos atractivos del mercado y eligen una estrategia de cobertura de mercado.</p> <p>5.8 Analiza y describe cómo las empresas diferencian y reposicionan sus productos de máxima ventaja competitiva.</p>

<p>Plan estratégico empresarial</p> <ul style="list-style-type: none"> ✓ Dominio: 1-6 <p>Estrategias de investigación Agropecuarias</p> <ul style="list-style-type: none"> ✓ Dominio: 1-6 		
<p>Competencias básicas:</p> <p>Solución de problemas.</p> <ul style="list-style-type: none"> ✓ Dominio: 1-11 <p>Trabajo en equipo y liderazgo.</p> <ul style="list-style-type: none"> ✓ Dominio: 1-10 <p>Emprendedor</p> <ul style="list-style-type: none"> ✓ Dominio: 1-13 <p>Comunicación.</p> <ul style="list-style-type: none"> ✓ Dominio: 1-15 <p>Sociocultural</p> <ul style="list-style-type: none"> ✓ Dominio: 1-12 <p>Uso y operación de herramienta y equipo</p> <ul style="list-style-type: none"> ✓ Dominio: 1 <p>Competencia profesional:</p> <p>Uso y operación de herramienta y equipo</p> <ul style="list-style-type: none"> ✓ Dominio: 1 <p>Manejo de sistemas de producción</p> <ul style="list-style-type: none"> ✓ Dominio: 2 y 3 <p>Innovación y Transferencia de Tecnología</p> <ul style="list-style-type: none"> ✓ Dominio: 3- 6 <p>Administración estratégica de los recursos.</p> <ul style="list-style-type: none"> ✓ Dominio: 1-4 <p>Competencia específica:</p> <p>Cadenas de valor agropecuarias.</p> <ul style="list-style-type: none"> ✓ Dominio: 1-3 	<p style="text-align: center;">OBJETO DE ESTUDIO 6</p> <p>Matemáticas aplicadas a la administración y los negocios</p> <p>6.1 Matemáticas</p> <p>6.2 Estadística</p>	<p>6.1 Conoce y aplica las matemáticas a los negocios</p> <p>6.2 Conoce y aplica los métodos estadísticos en los Agronegocios</p>

<p>Plan estratégico empresarial</p> <ul style="list-style-type: none"> ✓ Dominio: 1-6 <p>Estrategias de investigación Agropecuarias</p> <ul style="list-style-type: none"> ✓ Dominio: 1-6 		
<p>Competencias básicas:</p> <p>Solución de problemas.</p> <ul style="list-style-type: none"> ✓ Dominio: 1-11 <p>Trabajo en equipo y liderazgo.</p> <ul style="list-style-type: none"> ✓ Dominio: 1-10 <p>Emprendedor</p> <ul style="list-style-type: none"> ✓ Dominio: 1-13 <p>Comunicación.</p> <ul style="list-style-type: none"> ✓ Dominio: 1-15 <p>Sociocultural</p> <ul style="list-style-type: none"> ✓ Dominio: 1-12 <p>Uso y operación de herramienta y equipo</p> <ul style="list-style-type: none"> ✓ Dominio: 1 <p>Competencia profesional:</p> <p>Uso y operación de herramienta y equipo</p> <ul style="list-style-type: none"> ✓ Dominio: 1 <p>Manejo de sistemas de producción</p> <ul style="list-style-type: none"> ✓ Dominio: 2 y 3 <p>Innovación y Transferencia de Tecnología</p> <ul style="list-style-type: none"> ✓ Dominio: 1- 6 <p>Administración estratégica de los recursos.</p> <ul style="list-style-type: none"> ✓ Dominio: 1-4 <p>Competencia específica:</p> <p>Cadenas de valor agropecuarias.</p>	<p style="text-align: center;">OBJETO DE ESTUDIO 7</p> <p>Recursos humanos</p> <p>7.1 Administración y gestión de recursos humanos y comportamiento organizacional</p>	<p>7.1 Explica la planeación estratégica de la empresa.</p> <p>7.2 Analiza cómo se diseñan las carteras de negocios de las empresas y desarrolla estrategias de crecimiento</p> <p>7.3 Diseña y aplica la matriz de perfil de competidores para identificar fortalezas y debilidades de los mismos.</p> <p>7.4 Identifica la competencia directa e indirecta y establece estrategias de marketing.</p> <p>7.5 Explica el rol del marketing en la planeación estratégica y su relación con la responsabilidad social y ética del marketing</p> <p>7.6 Selecciona la estrategia de ventaja competitiva más adecuada al marketing de la empresa.</p> <p>7.7 Elabora y evalúa un plan de mercadotecnia acorde a la dirección estratégica de la empresa desde un punto de vista ético, profesional y considerando la preservación del medio ambiente.</p>

<p>✓ Dominio: 1-3 Plan estratégico empresarial</p> <p>✓ Dominio: 1-6 Estrategias de investigación Agropecuarias</p> <p>✓ Dominio: 1-6</p>		
---	--	--

OBJETO DE APRENDIZAJE	METODOLOGIA (Estrategias, secuencias, recursos didácticos)	EVIDENCIAS DE APRENDIZAJE
<p>OBJETO DE ESTUDIO 1</p> <p>Aspectos generales de la mercadotecnia</p> <p>1.1 Concepto y Evolución de la mercadotecnia. 1.2 La función de la mercadotecnia en el desarrollo económico. 1.3 Mercadotecnia y creación de necesidades. 1.4 Ventas versus Mercadotecnia. 1.5 Tendencias actuales de la mercadotecnia y su función en la empresa.</p>	<p>Exploración de conocimientos previos sobre mercadotecnia.</p> <p>Lectura comentada del capítulo 1 y 2. Método expositivo de los capítulos 3, 4 y 5</p> <p>Método de caso: Análisis de un caso integrador de manera participativa y comentarlo en plenaria para integrar las ideas más relevantes.</p>	<p>Entrega en físico un manuscrito de un párrafo de una cuartilla sobre sus conocimientos previos.</p> <p>Entrega un ensayo escrito en computadora de la lectura de la lectura 1.1 y 1. 2, donde describe el concepto y proceso de la mercadotecnia según su función en el desarrollo económico.</p> <p>1.3 Entrega un CD que contenga un archivo con el dibujo y explicación de un cuadro comparativo donde señala las características principales de la función de ventas y mercadotecnia según la creación de necesidades y satisfacción del cliente.</p> <p>1.5 Entrega por escrito (elaborado en formato de power point o Word) un marco conceptual en el que señala las tendencias de la mercadotecnia y las funciones que le corresponden en la empresa.</p> <p>Entrega vía correo electrónico en power point un archivo que contenga la exposición de alternativas de solución a los casos presentados en clase y los comenta para su discusión en el aula.</p>

<p style="text-align: center;">OBJETO DE ESTUDIO 2</p> <p>Análisis del entorno de la mercadotecnia (Demanda y naturaleza del mercado)</p> <p>2.1 El macro ambiente de la empresa</p> <ul style="list-style-type: none"> • El entorno demográfico • El ambiente económico • El entorno tecnológico • El entorno político-legal • El entorno cultural <p>2.2 Fuerzas ambientales en un mundo de comercio electrónico</p> <p>2.3 Conceptualización, Análisis y medición de la demanda</p> <p>2.4 Previsión de la demanda futura</p> <p>2.5 Concepto y clasificación de los mercados</p> <ul style="list-style-type: none"> • El mercado de bienes de consumo • El mercado de bienes industriales • El mercado de bienes de servicios • El mercado institucional y gubernamental <p>2.5 El micro ambiente de la empresa</p> <ul style="list-style-type: none"> • Los proveedores • Intermediarios comerciales • Los clientes • La competencia • La empresa 	<p>Técnica QQQ Técnica expositiva conceptual y procedimental y explicación de solución de casos. Plenaria con lluvia de ideas y explicación con lecturas comentadas.</p> <p>2.1 Mediante trabajo en equipo elabora una exposición de un mapa conceptual del capítulo 1 (el macroambiente de la empresa) según el subtema asignado.</p> <p>2.2. Realiza de forma individual la lectura del capítulo. Comenta tu análisis con tus compañeros de equipo y elabora un resumen con las ideas principales.</p> <p>2.3. Elabora un resumen con ideas principales de las fuerzas de influencia del comercio electrónico</p> <p>2.4. Realiza un análisis y solución de casos.</p> <p>2.5. Elabora un mapa mental con la interrelación de la clasificación de los mercados</p> <p>2.6. Mediante el trabajo en equipo realiza el análisis y solución de un caso integrador relativo al análisis del microambiente y lo expone frente a grupo.</p>	<p>Entrega un escrito en computadora formato Word de la técnica QQQ</p> <p>2.1 Entrega un CD que contenga los documentos en PowerPoint de la exposición de todos los equipos de trabajo.</p> <p>2.2 Entrega un trabajo escrito en un documento de Word (vía electrónica) y con bitácora de participación en clase.</p> <p>2.3 Entrega resumen por escrito en un documento en Word vía electrónica en tiempo y forma.</p> <p>2.4 Entrega por escrito la solución de casos en un documento en Word vía electrónica en tiempo y forma</p> <p>2.5 Entrega mapa mental y descripción de éste en un documento de Word.</p> <p>2.6 Entrega un trabajo escrito en un documento de ppt y evaluación de rubrica.</p>
--	--	--

<p style="text-align: center;">OBJETO DE ESTUDIO 3</p> <p>Gestión de la información de mercadotecnia</p> <p>3.1 Concepto y componentes de un sistema de información de marketing.</p> <p>3.2 Determinación de la información que se necesitará.</p> <p>3.3 Desarrollo de la información de marketing</p> <p>3.4 Registros internos</p> <p>3.5 Investigación de mercado</p> <p>3.6 Distribución y uso de la información de marketing</p> <p>3.7 Protección y defensa del consumidor</p>	<p>Técnica expositiva y lectura comentada con análisis de casos y dinámicas de grupo.</p> <p>3.1 -3.3 Elabora un ensayo en el que se incluye la importancia del SIM con respecto al mercado y los clientes así como la descripción del sistema analizando sus componentes.</p> <p>3.4 Lectura comentada con dinámica (Descripción robada) sobre los registros internos de información de mercadotecnia</p> <p>3.5 Técnica expositiva del tema investigación de mercados y elaboración de análisis de casos mediante la técnica UVE</p> <p>3.6 Aplicar técnica de lluvia de ideas con previa lectura del tema. Elabora un resumen de la importancia de la distribución y uso de la información</p> <p>3.7 Elabora un mapa conceptual en equipos de trabajo sobre el tema protección y defensa del consumidor</p>	<p>3.1 -3.3 Entrega en físico de ensayo de dos cuartillas a doble espacio en hoja tamaño carta letra arial 12.</p> <p>3.4 Entrega de un resumen elaborado en equipo con los principales puntos a considerar en los registros internos así como también de la utilización de la información de marketing.</p> <p>3.5 Entregar un escrito con los resultados de los análisis de casos utilizando la técnica UVE.</p> <p>3.6 Entrega de un resumen elaborado individualmente con el que explica los medios de distribución y el uso de la información</p> <p>3.7 Entrega de un mapa conceptual de manera individual vía electrónica en formato de ppt con</p> <p>los principales puntos a considerar en el tema protección y defensa del consumidor</p>
--	---	--

<p align="center">OBJETO DE ESTUDIO 4</p> <p>Comportamiento del consumidor</p> <p>4.1 Estudio del comportamiento del consumidor y las características del comportamiento de compra de las organizaciones</p> <p>4.2 Factores que influyen en la decisión de compra individual y organizacional</p> <p>4.3. El proceso de decisión de compra y de elección de marca individual y organizacional</p> <p>4.4. Modelos sobre el comportamiento del consumidor</p> <p>4.5. Factores que afectan la conducta del consumidor</p> <p>4.6. El proceso de decisión del comprador para nuevos productos</p>	<p>Lectura comentada con técnica expositiva y lluvia de ideas.</p> <p>4.1 A través de la técnica de corrillos elaborar un resumen destacando los aspectos más importantes.</p> <p>4.2 Elaborar un cuadro de doble entrada incluyendo las coincidencias en los factores</p> <p>4.3 Elabora en equipos un mapa conceptual utilizando y describiendo los factores y etapas del proceso de decisión de compra</p> <p>4.4. Realiza un ensayo de los diferentes modelos sobre el comportamiento del consumidor integrando un cuadro de doble entrada que incluya las características de los principales modelos</p> <p>4.5 Mediante lectura previa se comenta en clase a través de lluvia de ideas</p> <p>4.6 Elabora un ensayo del proceso de adopción y difusión de nuevos productos</p>	<p>4.1 Entregar resumen en equipo por escrito y exponerlo ante el grupo.</p> <p>4.2 Entrega cuadro por escrito al terminar la clase</p> <p>4.3 Entrega del mapa mental en formato ppt vía electrónica.</p> <p>4.4 Entrega del ensayo por escrito en físico</p> <p>4.5 Registro de apuntes en su cuaderno de notas</p> <p>4.6 Entrega por vía electrónica el ensayo en formato de Word.</p>
<p align="center">OBJETO DE ESTUDIO 5</p> <p>Segmentación, búsqueda y posicionamiento para una ventaja competitiva</p> <p>5.1 Segmentación del mercado</p> <p>5.2 Procedimiento y requerimientos para una segmentación efectiva</p> <p>5.3 Definición y selección del mercado objetivo</p> <p>5.4 Posicionamiento y creación de ventajas competitivas.</p> <p>5.5 Mapas de posicionamiento y aplicaciones del Marketing Territorial</p> <p>5.6 Estrategias de posicionamiento</p> <p>5.7 Selección y puesta en práctica de una estrategia de posicionamiento</p> <p>5.8 Reposicionamiento</p> <p>5.9 Pronóstico de la demanda futura</p> <p>5.10 Presupuestos y análisis financieros</p>	<p>Lectura comentada, técnica expositiva y análisis de casos.</p> <p>5.1 Se indica la lectura previa para utilizar la técnica de preguntas guía</p> <p>5.2 Elabora un cuadro sinóptico</p> <p>5.3 Se utiliza la técnica de análisis de casos en equipos de trabajo.</p> <p>5.4 Elabora un mapa mental incluyendo los procedimientos y características de las ventajas competitivas.</p> <p>5.5 Elabora un resumen del capítulo con lectura comentada</p> <p>5.6 Elabora un ensayo del capítulo con lectura comentada</p> <p>5.7 Se utiliza la técnica expositiva en equipos de trabajo</p> <p>5.8 Se utiliza la técnica expositiva en equipos de trabajo</p> <p>5.9 y 5.10 se utiliza la técnica expositiva , ABP y análisis de casos</p>	<p>5.1 Entrega del esquema de preguntas guía formulada por escrito</p> <p>5.2 Entrega del cuadro sinóptico formulado por escrito vía electrónica.</p> <p>5.3 Entrega el caso solucionado por escrito en físico, exponiendo los motivos de la solución que dieron al mismo</p> <p>5.4 Entrega en físico del mapa mental de forma individual incluyendo los procedimientos y características de las ventajas competitivas.</p> <p>5.5 Entrega vía electrónica del resumen en formato Word.</p> <p>5.6 Entrega vía electrónica del ensayo en formato Word con al menos tres citas bibliográficas</p> <p>5.7 y 5.8 Entrega un CD que contenga los documentos en PowerPoint de la exposición de todos los equipos de trabajo.</p>

		5.9 y 5.10 Entrega vía correo electrónico en Word un archivo que contenga las alternativas de solución a los casos y los comenta para su discusión en el aula.
<p>OBJETO DE ESTUDIO 6</p> <p>Mezcla de mercadotecnia</p> <p>6.1 Productos, servicios y estrategias.</p> <p>6.2.Desarrollo de nuevos productos y estrategias del ciclo de vida del producto</p> <p>6.3.Factores, enfoques y estrategias de fijación de precios</p> <p>6.4. Canales de mercadotecnia y cadenas de distribución.</p> <p>6.5. Publicidad, promoción de ventas, relaciones públicas y Técnicas de Ventas.</p>	<p>Técnica expositiva, análisis de casos, lectura comentada y preguntas exploratorias.</p> <p>6.1 y 6.2 Se utiliza la técnica expositiva con preguntas exploratorias y análisis de casos</p> <p>6.3 Elabora un mapa mental del capítulo</p> <p>6.4 Utiliza la técnica expositiva</p> <p>6.5 Elabora un ensayo con las principales características y procedimientos del tema</p>	<p>6.1 Entrega de un resumen en formato Word vía electrónica que incluya los aspectos señalados en resultados de aprendizaje.</p> <p>6.2 Elabora los casos asignados en su cuaderno de notas</p> <p>6.3 Entrega del mapa mental en formato ppt vía electrónica.</p> <p>6.4 Entrega vía electrónica el documento en PowerPoint de la exposición del equipo de trabajo.</p> <p>6.5 entrega del ensayo en formato Word vía electrónica</p>
<p>OBJETO DE ESTUDIO 7</p> <p>Planeación estratégica de marketing</p> <p>7.1 Planificación estratégica</p> <p>7.2 Diseño de la cartera de negocios</p> <p>7.3 Matriz de expansión de productos/mercados</p> <p>7.4 Análisis de la competencia</p> <p>7.5 La responsabilidad social y la ética del marketing</p> <p>7.6 Evaluación y administración del rendimiento de marketing</p> <p>7.7 Plan de marketing</p>	<p>Técnica expositiva, lectura comentada y método de proyectos</p> <p>7.1 Lectura comentada con técnica de lluvia de ideas</p> <p>Mediante la técnica expositiva y de análisis de casos se imparte el capítulo 7.2, 7.3 y 7.4.</p> <p>Técnica expositiva de los subtemas 7.5 y 7.6</p> <p>7.7 Actividad integradora en la que se diseña un plan de mercadotecnia.</p>	<p>7.1 Elabora apuntes en su cuaderno sobre la información analizada en clase.</p> <p>7.2 – 7.4 Entrega caso resuelto en formato escrito Word vía electrónica.</p> <p>7.5 y 7.6 Elabora un resumen y un cuadro PNI en su cuaderno de notas</p> <p>7.7 Entrega un CD que contenga los documentos en Word y PowerPoint de la exposición de todos los equipos de trabajo.</p>

FUENTES DE INFORMACIÓN

EVALUACIÓN DE LOS APRENDIZAJES

(Bibliografía, direcciones electrónicas)	(Criterios e instrumentos)
<p style="text-align: center;">OBJETO DE ESTUDIO 1.</p> <ul style="list-style-type: none"> ○ Stanley, Hirt, Geoffrey. Fundamentos de Administración Financiera, 14ª. Edición. Mcgraw Hill ○ Ochoa, Guadalupe, Saldivar, Roxana. Administración Financiera. Correlaciones con las NIF. 3ª. Edición. McGraw- Hill. 	<p>Entrega por escrito en un párrafo de una cuartilla sus conocimientos previos (10%)</p> <p>Entrega un ensayo escrito de la lectura del capítulo 1.1 y 1.2, (valor 15%)</p> <p>1.3 Entrega de CD con archivo donde señala las características principales de la función de ventas y mercadotecnia según la creación de necesidades y satisfacción del cliente. (valor 20%)</p> <p>1.5 Entrega de un marco conceptual de las tendencias de la mercadotecnia y las funciones que le corresponden en la empresa (valor 15%).</p> <p>Entrega vía correo electrónico del archivo de la solución del caso de estudio en power point. (10%)</p> <p>Exposición (actividad integradora) evaluada mediante rubrica (valor 30%).</p>
<p style="text-align: center;">OBJETO DE ESTUDIO 2</p> <ul style="list-style-type: none"> ○ Meigs, Robert, Williams, Jan, Haka, Susan, Bettner, Mark. Contabilidad. La base para decisiones gerenciales. 11a Ed. ○ Garrison, Ray, Noreen, Eric, Brewer, Peter. Contabilidad Administrativa. 11ed. ○ 	<p>Entrega por escrito técnica QQQ de sus conocimientos previos (5%)</p> <p>2.1 Exposición (tema 1) evaluada mediante rubrica y entrega de cd (valor 15%)</p> <p>2.2 Entrega por escrito el resumen y participación activa y objetiva en clase (valor 15%)</p> <p>2.3 Elaboración de un resumen de máximo dos cuartillas (con entrega vía electrónica) (valor 10%)</p>

	<p>2.4 Elaboración de la solución de casos (con entrega vía electrónica) (valor 20%).</p> <p>2.5 Elaboración del mapa mental y descripción (valor 15%)</p> <p>2.6 Exposición evaluada mediante rubrica con entrega escrita del análisis de caso (valor 20%).</p> <p>Examen escrito (teórico- práctico, con 10 preguntas de teoría y al menos 5 casos prácticos) (valor 20%).</p>
<p>OBJETO DE ESTUDIO 3.</p> <ul style="list-style-type: none">○ Bernake, Ben, Frank, Robert. Principios de Economía. 3ª. Edición. Mc Graw Hill.○ Ekulend, Robert, Hernert, Robert. Historia de la Teoría Económica y su método, 3ª edición. McGraw Hill.	<p>3.1 -3.3 Entrega en físico de ensayo de dos cuartillas a doble espacio en hoja tamaño carta letra arial 12. (valor 10%)</p> <p>3.4 Entrega de un resumen elaborado en equipo con los principales puntos a considerar en los registros internos así como también de la utilización de la información de marketing. (valor 10%)</p> <p>3.5 Entregar un escrito con los resultados de los análisis de casos utilizando la técnica UVE. (valor 50%)</p> <p>3.6 Entrega de un resumen máximo dos cuartillas elaborado individualmente con en el que explica los medios de distribución y el uso de la información (valor 15%)</p>

	<p>3.7 Entrega de un mapa conceptual de manera individual via electrónica en formato de ppt con</p> <p>los principales puntos a considerar en el tema protección y defensa del consumidor (valor 15%)</p>
<p style="text-align: center;">OBJETO DE ESTUDIO 4</p> <ul style="list-style-type: none"> ○ Ortiz, Alberto. Administración Financiera. Gerencia financiera y diagnóstico estratégico. 2ª. McGraw Hill 	<p>4.1 Entregar resumen de una cuartilla en formato Word, en equipo por escrito y exponerlo ante el grupo (valor 10%).</p> <p>4.2 Entrega cuadro por escrito al terminar la clase (valor 10%).</p> <p>4.3 Entrega del mapa mental en formato ppt vía electrónica (valor 20%).</p> <p>4.4 Entrega del ensayo en formato word por escrito en físico con mínimo tres referencias bibliográficas (valor 25%).</p> <p>4.5 Registro de apuntes en su cuaderno de notas (valor 10%).</p> <p>4.6 Entrega por vía electrónica el ensayo en formato de Word con al menos tres referencias bibliográficas (valor 25%).</p>
<p style="text-align: center;">OBJETO DE ESTUDIO 5.</p> <ul style="list-style-type: none"> ○ Kotler & Armstrong (2013). <i>Fundamentos de Marketing</i>. México: 11ª Ed. Pearson. ○ Kotler (1996). Dirección de Mercadotecnia. México, 8ª Ed. Prentice Hall. ○ Porter (1982). Estrategia competitiva. Técnicas para el análisis de los sectores industriales y de la competencia. México, Ed.CECSA. 	<p>5.1 Entrega en físico formato Word del esquema de preguntas guía formulada por escrito (valor 10%).</p> <p>5.2 Entrega del cuadro sinóptico formulado por escrito en ppt vía electrónica. (valor 10%).</p> <p>5.3 Entrega el caso solucionado por escrito en físico, exponiendo los motivos de la solución que dieron al mismo (valor 15%).</p> <p>5.4 Entrega en físico en hoja de cuaderno el mapa mental de forma individual incluyendo los procedimientos y características de las ventajas competitivas (valor 5%).</p> <p>5.5 Entrega vía electrónica del resumen en formato Word (valor 5%).</p> <p>5.6 Entrega vía electrónica del ensayo en formato Word con al menos tres citas bibliográficas (valor 10%).</p> <p>5.7 y 5.8 Entrega un CD que contenga los documentos en PowerPoint de la exposición de todos los equipos de trabajo (valor 15%).</p> <p>5.9 y 5.10 Entrega vía correo electrónico en word un archivo que contenga las alternativas de solución a los casos y los comenta para su discusión en el aula (valor 30%).</p>

<p style="text-align: center;">OBJETO DE ESTUDIO 6.</p> <ul style="list-style-type: none"> ○ Kotler & Armstrong (2013). <i>Fundamentos de Marketing</i>. México: 11ª Ed. Pearson. ○ Kotler (1996). Dirección de Mercadotecnia. México, 8ª Ed. Prentice Hall. ○ Stanton, Etzel y Walker (2007). <i>Fundamentos de Marketing</i>. México. 14 Ed. McGraw- Hill. ○ Guía y Secuencias de estudio de la materia Mercadotecnia. ○ Apuntes de la materia de Mercadotecnia 	<p>6.1 Entrega de un resumen en formato Word vía electrónica que incluya los aspectos señalados en resultados de aprendizaje (valor 15%).</p> <p>6.2 Elabora los casos asignados en su cuaderno de notas (valor 20%).</p> <p>6.3 Entrega del mapa mental en formato ppt vía electrónica (valor 15%).</p> <p>6.4 Entrega vía electrónica el documento en PowerPoint de la exposición del equipo de trabajo con evaluación mediante rubrica (valor 30%).</p> <p>6.5 Entrega del ensayo en formato Word vía electrónica (valor 20%).</p>
<p style="text-align: center;">OBJETO DE ESTUDIO 7.</p> <ul style="list-style-type: none"> ○ Kotler & Armstrong (2013). <i>Fundamentos de Marketing</i>. México: 11ª Ed. Pearson. ○ Werther, William, Davis, Keith, Guzman, Patricia. Administración de recursos humanos. Gestión del capital humano. 7ª ed. 	<p>7.1 Elabora apuntes en su cuaderno sobre la información analizada en clase (valor 10%).</p> <p>7.2 – 7.4 Entrega caso resuelto en formato escrito en Word vía electrónica (valor 25%).</p> <p>7.5 y 7.6 Elabora un resumen y un cuadro PNI en su cuaderno de notas (valor 25%).</p> <p>7.7 Entrega un CD que contenga los documentos en Word y PowerPoint de la exposición de todos los equipos de trabajo ,, con evaluación mediante rubrica (valor 40%).</p>

Cronograma del Avance Programático

Unidades de aprendizaje	Semanas															
	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	16
OBJETO DE ESTUDIO 1 Aspectos generales de la mercadotecnia	X	X														
OBJETO DE ESTUDIO 2 Análisis del entorno de la mercadotecnia (Demanda y naturaleza del mercado)		X	X	X												
OBJETO DE ESTUDIO 3 Gestión de la información de mercadotecnia				X	X											
RECONOCIMIENTO PARCIAL 1						X										
OBJETO DE ESTUDIO 4 Comportamiento del consumidor						X	X									
OBJETO DE ESTUDIO 5 Segmentación, búsqueda y posicionamiento para una ventaja competitiva							X	X	X							
RECONOCIMIENTO PARCIAL 2										X						
OBJETO DE ESTUDIO 6										X	X	X				

