

<p>2. Proceso de planeación estratégica.</p> <p>2.1 Insumos de la organización.</p> <p>2.2 Análisis de la industria.</p> <p>2.3 Perfil empresarial.</p> <p>2.4 Orientación de ejecutivos, valores y misión.</p> <p>2.5 Misión (propósito), objetivos principales e intención estratégica.</p> <p>2.6 Ambiente externo presente y futuro.</p> <p>2.7 Ambiente interno (D.F.).</p> <p>2.8 Desarrollo de estrategias alternativas.</p> <p>2.9 Evaluación y elección de estrategias.</p> <p>2.10 Planeación de mediano y corto plazo, instrumentación mediante la reingeniería de la estructura, liderazgo y control de la organización.</p> <p>2.11 Prueba de congruencia y planeación de contingencias.</p>	<p>Al finalizar esta unidad, el alumno relacionará cada uno de los elementos que integran el proceso de planeación estratégica y explicará la importancia de cada uno de ellos.</p> <p>El alumno será capaz de:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Explicar la relación que mantienen los elementos que integran el proceso de planeación estratégica. - Analizar y establecer estrategias en función a las amenazas, oportunidades, debilidades y fortalezas de cada curso de acción a seguir. 	<p>E.M. E.P. M.A.</p>	<p>Libros: 4, 6, 11</p>
<p>3. Proceso de planeación estratégica de mercadotecnia.</p> <p>3.1 Análisis conceptual.</p> <p>3.2 Elementos del proceso:</p> <p>3.2.1 Misión de negocios.</p> <p>3.2.2 Análisis spot o flor.</p> <p>3.2.3 Análisis de competitividad.</p> <p>3.2.4 Formulación de metas y objetivos.</p> <p>3.2.5 Formulación de estrategias.</p> <p>3.2.6 Formulación de programas.</p> <p>3.2.7 Instrumentación.</p> <p>3.2.8 Retroalimentación y control.</p> <p>3.3 Relación entre la mercadotecnia y la planeación estratégica.</p> <p>3.4 Proceso de planeación comercial.</p> <p>3.4.1 Segmentación del mercado.</p> <p>3.4.2 Fijación de metas del mercado.</p> <p>3.4.3 Posicionamiento del producto.</p> <p>3.5 Factores que influyen en la estrategia de mercadotecnia.</p>	<p>Al finalizar esta unidad, el alumno comprenderá el alcance y el proceso de la planeación estratégica en el desarrollo de actividades mercadológicas, analizando la situación comercial del mercado.</p> <p>El alumno será capaz de:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Explicar el concepto de planeación estratégica. - Utilizar los elementos necesarios en el posicionamiento de un producto o servicio dentro de un mercado determinado. - Identificar las fortalezas y debilidades de los productos y servicios, así como, distinguir oportunidades y amenazas del mercado. - Analizar la situación comercial del negocio con todos los factores que influyen en la penetración de mercados. 	<p>E.M. M.A. E.P.</p>	<p>Libros: 1, 6, 7, 12</p>
<p>4. Sistema de planeación estratégica en los recursos humanos.</p> <p>4.1 Importancia de la planeación estratégica en los recursos humanos.</p> <p>4.2 Importancia de la planeación estratégica en los recursos humanos como un sistema holístico.</p> <p>4.2.1 Objetivos y metas organizacionales.</p> <p>4.2.2 Pronóstico de las necesidades en recursos humanos.</p> <p>4.2.3 Inventario de recursos humanos.</p> <p>4.2.4 Proyecciones sobre la disponibilidad de recursos humanos.</p>	<p>Al finalizar esta unidad, conocerá la importancia de la planeación estratégica aplicada a los recursos humanos como un factor clave del éxito.</p> <p>El alumno será capaz de:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Distinguir y analizar cada uno de los elementos que integran el proceso de planeación estratégica y su importancia. 	<p>E.M. M.A. E.P.</p>	<p>Libros: 3, 4, 5, 6, 8, 13</p>

<p>4.2.5 Análisis, evaluación de brechas en recursos humanos (spot y foda).</p> <p>4.2.6 Generación y prueba de estrategias alternativas.</p> <p>4.2.7 Implementación de un programa global.</p> <p>4.2.8 Seguimiento de los resultados y retroalimentación.</p>	<p>- Analizar y establecer estrategias en función al análisis del entorno organizacional.</p> <p>- Utilizar los elementos necesarios para aprovechar adecuadamente los recursos humanos.</p>		
<p>5. Sistema de planeación estratégica en la administración de operaciones (Producción).</p> <p>5.1 Plan maestro corporativo.</p> <p>5.1.1 Misión.</p> <p>5.1.2 Propósito.</p> <p>5.1.3 Objetivo.</p> <p>5.1.4 Productos.</p> <p>5.1.5 Servicios.</p> <p>5.1.6 Calidad.</p> <p>5.1.7 Capacidad.</p> <p>5.2 Analizar el ambiente del área de producción.</p> <p>5.2.1 Clima organizacional.</p> <p>5.2.2 Relación psicosocial.</p> <p>5.3 Analizar los recursos del área.</p> <p>5.3.1 Tecnología.</p> <p>5.3.2 Procedimientos administrativos.</p> <p>5.4 Identificar las oportunidades y amenazas del área.</p> <p>5.5 Identificar las fortalezas y debilidades del área.</p> <p>5.6 Elaborar la matriz swot.</p> <p>5.7 Diseño y formulación de planes.</p> <p>5.7.1 Planeación de requerimientos de recursos.</p> <p>5.7.1.1 Instalaciones.</p> <p>5.7.1.2 Procesos.</p> <p>5.7.1.3 Localización.</p> <p>5.7.2 Programa maestro de producción (MPS).</p> <p>5.7.3 Planeación de requerimientos de materiales (MPR I. MPR II).</p> <p>5.7.4 Planeación de compras y operaciones.</p> <p>5.7.4.1 Secuencia de operación.</p> <p>5.7.4.2 Programación detallada.</p> <p>5.8 Implementación de los planes.</p> <p>5.9 Control de producción y materiales.</p> <p>5.10 Evaluación de resultados.</p>	<p>Al finalizar esta unidad el alumno comprenderá la importancia de la aplicación de la planeación estratégica en el área de producción, como un factor clave de éxito.</p> <p>El alumno será capaz de:</p> <p>- Identificar cada uno de los elementos que integran el proceso de planeación estratégica en el área de producción de una empresa.</p> <p>- Analizará cada uno de los factores internos y externos del área de producción elaborando la matriz de riesgos y oportunidades para cada tipo de producción.</p> <p>- Establecer los planes a lo largo del plazo considerando todos los elementos necesarios para su implementación y control.</p> <p>- Desarrollará habilidades para el manejo de las diferentes herramientas de planeación y control de la producción.</p>	<p>E.M.</p> <p>M.A.</p> <p>E.P.</p>	<p>Libros: 2, 6, 9, 14</p>

<p>6. Sistema de planeación estratégica en finanzas.</p> <p>6.1 Importancia y elementos esenciales.</p> <p>6.1.1 Misión.</p> <p>6.1.2 Valores.</p> <p>6.1.3 Objetivos.</p> <p>6.1.4 Propósito.</p> <p>6.1.5 Premisas.</p> <p>6.2 Elaboración del plan financiero de la empresa.</p> <p>6.2.1 Análisis del entorno.</p> <p>6.2.2 Análisis de la situación.</p> <p>6.2.3 Formulación de estrategias.</p> <p>6.2.4 Análisis de riesgos y beneficios.</p> <p>6.2.5 Implementación y evaluación de resultados.</p>	<p>Al finalizar esta unidad, el alumno analizará el plan financiero de la empresa e interpretará los resultados diseñando las estrategias más adecuadas para obtener la mayor rentabilidad y liquidez.</p> <p>El alumno será capaz de:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Distinguir y analizar el intercambio de dinero y activos financieros de la organización. - Explicar la relación que mantienen los elementos que integran el plan financiero de la empresa. - Conocerá los tipos de apalancamientos financieros que existen. 	<p>E.M. M.A. V.C. E.P.</p>	<p>Libros: 5, 11, 15</p>
<p>7. Proyecto de planeación.</p> <p>7.1 Planeación para planear.</p> <p>7.2 Monitoreo del entorno y consideraciones para su aplicación.</p> <p>7.3 Búsqueda de valores.</p> <p>7.4 Formulación de la misión.</p> <p>7.5 Diseño de la estrategia del negocio.</p> <p>7.6 Auditoría del desempeño.</p> <p>7.7 Análisis de brechas.</p> <p>7.8 Integración de los planes de acción.</p> <p>7.9 Planeación de contingencias.</p> <p>7.10 Implementación.</p>	<p>Al finalizar esta unidad, el alumno construirá un proyecto de planeación en el cual se analizará cada una de sus etapas de preparación.</p> <p>El alumno será capaz de:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Identificar y establecer los planes a largo plazo de la organización, así como analizar el entorno para su aplicación y control. 	<p>E.M. I.A. M.A. E.P.</p>	<p>Libro: 3</p>
<p>8. Control del plan estratégico.</p> <p>8.1 Vigilancia y evaluación.</p> <p>8.2 Modificación de la estrategia.</p> <p>8.3 Retroalimentación del plan.</p>	<p>El alumno al finalizar esta unidad comprenderá la importancia del proceso de control en el diseño de los planes estratégicos y su relación con la fase de planeación.</p> <p>El alumno será capaz de:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Analizar y verificar cada uno de los elementos que integran un plan a largo plazo, así como modificarlos en el caso que sea necesario. 	<p>E.M. M.A. E.P.</p>	<p>Libros: 4, 6, 10</p>

PERFIL PROFESIOGRAFICO DEL DOCENTE

ESTUDIOS REQUERIDOS: Licenciado en administración de empresas, maestro en administración y licenciado en administración.

EXPERIENCIA PROFESIONAL DESEABLE: Haber efectuado proyectos de planeación estratégica, diagnósticos situacionales y estudios organizacionales en empresas públicas y privadas por un espacio de tres años.

OTROS REQUERIMIENTOS: Haber impartido las asignaturas de proceso administrativo, estructuras organizacionales, sistemas y procedimientos administrativos, dirección I y dirección II. Cuando se trate de profesores de nuevo ingreso, que acrediten un curso básico de teorías pedagógica y didáctica de la FCAeI.

RECURSOS DIDÁCTICOS

Manejo de la casuística
Programas para presentaciones (PowerPoint)
Cañón
Proyector de Acetatos

CRITERIOS DE EVALUACIÓN

Practicar evaluaciones durante el semestre
Participaciones en clase
Tareas
Investigación sobre temas específicos
Exposiciones orales
Resolución de casos prácticos
Asistencia puntual a clase durante el periodo semestral

BIBLIOGRAFÍA BÁSICA

1. Fernández Valiñas, Ricardo. Manual para elaborar un plan de mercadotecnia en la empresa mexicana. México. ECAFSA. 1999.
2. Fogarty, Donald W., *cfpim*, Blackstone, John H., jr, *Cfpim* y Hoffman, Thomas R., *cfipm*. Administración de la producción e inventarios. 2ª edición. México. CECSA. 1998.
3. Goodstein, Leonard D., *ph.d.* Timothy M. Nolan, *ph.d.* y J. Pfeiffer, William, *ph.j.d.* Planeación estratégica aplicada. México. McGraw Hill. 2001.
4. Hill Charles W.L. y Gareth R. Jones. Administración estratégica, un enfoque integrado. 3ª edición. México. McGraw Hill. 1996.
5. Johnson, Robert W. y Ronald W. Melicher. Administración financiera. 5ª edición, 2ª reimpresión. México. CECSA. 2001.
6. Koontz, Harold y Heinz Weihrich. Administración, una perspectiva global. 12ª edición. México. McGraw Hill 2003.
7. Kotler, Philip. Dirección de mercadotecnia, análisis, planeación, implementación y control. 8ª edición. México. Prentice Hall. 1996.
8. Mondy, Wayne R; Sphr, Robert M. Noe, Sphr. Administración de recursos humanos. 6ª edición. México. Prentice May. 1997.
9. Montaña, Agustín. Administración de la producción. 1ª edición. México. Trillas. 1998.
10. Robbins, Stephen P. y Coulter, Mary. Administración. 7ª edición. México. Prentice Hall. 2003.
11. Robles Valdés, Gloria y Alcerreca Joaquín, Carlos. Administración, un enfoque interdisciplinario. 1ª edición. México. Pearson. 2000.
12. Stanton, William J.; Etzel, Michael J. y Bruce J. Walter. Fundamentos de marketing. 11ª edición. México. McGraw Hill. 2000.
13. Stoner, James A. F.; Freeman, Edward y Gilbert, Daniel R. Jr. Administración. 6ª edición. México. Prentice Hall. 1997.
14. Velázquez Mastreta, Gustavo. Administración de los sistemas de producción. 5ª edición. México. Limusa Noriega editores. 1997.
15. Weston, J. Fred y Brigham, Eugene F. Finanzas en administración. 5ª edición. México. Interamericana. 2001.

BIBLIOGRAFÍA COMPLEMENTARIA

16. Don, Hellriegel y Slocum, John W. Jr. Administración. 9ª edición. México. Thomson. 2002.
17. Hampton, David R. Administración. 3ª edición. México. McGraw Hill. 2003.
18. Lawrence J. Gitman. Fundamentos de administración financiera. 5ª edición. México. Harla. 1998.
19. Ohmae, Kenichi. La mente del estratega. 2ª edición. México. McGraw Hill. 2004.
20. Sun Tzu. El arte de la guerra. 6ª edición. México. Edaf. 2003.
21. Toffler, Alvin. El shock del futuro. 15ª edición. México. Plaza y Janes. 1995.

CLAVE DE SUGERENCIAS DIDÁCTICAS

E.M. EXPOSICIÓN DEL MAESTRO

C.L. CONTROL DE LECTURA

I.A. INVESTIGACIÓN POR PARTE DE LOS
ALUMNOS

E.D. EXPOSICIÓN DIALÉCTICA

M.A. MATERIAL AUDIOVISUAL

V.C. VISITA DE CAMPO

E.A. EXPOSICIÓN DE LOS ALUMNOS

E.P. EJERCICIO PRÁCTICO

P.R. PREGUNTAS Y RESPUESTAS

D.T. DISCUSIÓN DE TEMAS

C.D. CONFERENCIA DIALÉCTICA

