



UNIVERSIDAD AUTÓNOMA DEL  
ESTADO DE MORELOS

## PROGRAMA DE UNIDAD DE APRENDIZAJE POR COMPETENCIAS

### I. IDENTIFICACIÓN DE LA UNIDAD DE APRENDIZAJE

<b>ORGANISMO ACADÉMICO:</b> FCAel, IPRO e IPRES								
<b>PROGRAMA EDUCATIVO:</b> Licenciatura en Administración					<b>ÁREA ACADÉMICA:</b> Administración <b>ETAPA FORMATIVA:</b> Disciplinar <b>SEMESTRE:</b> 7°			
<b>FECHA DE APROBACIÓN POR LOS H.H. CONSEJOS TÉCNICO:</b> <b>COMITÉ ACADÉMICO DE ÁREA:</b> <b>CONSEJO UNIVERSITARIO:</b>					<b>PROGRAMA ELABORADO POR:</b> L.A.I. José Luis Elías López Mendoza			
<b>NOMBRE DE LA UNIDAD DE APRENDIZAJE:</b> Planeación y cambio estratégico					<b>FECHA DE ELABORACIÓN:</b> 15/06/2012 <b>FECHA DE REVISIÓN Y ACTUALIZACIÓN:</b>			
Clave	Horas de Teoría	Horas de Práctica	Total de horas	Créditos	Tipo de Unidad de Aprendizaje	Carácter de la Unidad de aprendizaje	Núcleo de formación	Modalidad
A7PCE	3	2	5	8	Obligatoria	Curso Taller	Teórico	Presencial
<b>Prerrequisitos:</b> Ninguno			<b>Unidad(es) de aprendizaje antecedente recomendadas:</b> Ninguno			<b>Unidad (es) de aprendizaje consecuentes recomendadas:</b> Ninguno		
<b>Programas Académicos en los que se imparte:</b> Licenciatura en Administración ( FCAel, IPRO e IPRES)								

## **II PRESENTACIÓN**

Los Licenciados en Administración requieren conocer el campo de la “planeación y cambio estratégico” para su comprensión, dominio y sus interrelaciones con las organizaciones en el ámbito de la administración.

La unidad de aprendizaje “planeación y cambio estratégico” de la etapa disciplinar de la licenciatura en Administración permite al alumno conocer los elementos y procesos de la planeación y cambio estratégica en el campo de los negocios en sus distintas áreas: comercial, recursos humanos, producción, finanzas.

En la unidad de aprendizaje “planeación y cambio estratégico” el docente aplica y desarrolla dentro del aula diversas estrategias para que el alumno logre las competencias genéricas y profesionales establecidas en el propósito de la unidad, en los objetivos de la licenciatura y en el perfil de egreso de la licenciatura, en el marco pedagógico del modelo universitario. Entre estas estrategias se encuentran: La revisión documental, lecturas grupales, presentación por equipo, visitas de campo, uso de tecnologías de información y comunicación. (sitios web, bibliotecas digitales, uso de software: PowerPoint.)

## **III PROPÓSITO DE LA UNIDAD DE APRENDIZAJE**

Que el alumno aplique los conceptos, técnicas y procesos de la planeación y cambio estratégico en diferentes tipos de organizaciones para lograr ventajas competitivas sustentables.

<b>IV. COMPETENCIAS PROFESIONALES</b>	<b>V. CONTRIBUCIÓN DE LA UNIDAD DE APRENDIZAJE AL PERFIL DE EGRESO</b>
Diseñar e implementar estrategias para optimizar los procesos en las áreas funcionales de la organización (producción, ventas, mercadotecnia y publicidad, finanzas, capital humano, sistemas inteligentes de información), lo cual agregará valor a la entidad.	Los estudiantes una vez que cursen Planeación y cambio estratégico estarán en condiciones de desarrollar y aplicar estrategias que a través de la toma de decisiones contribuyan a que las empresas enfrenten con éxito un entorno cambiante, logrando ventajas competitivas sustentables.

## **VI. AMBITOS DE DESEMPEÑO**

Empresas públicas y privadas, Profesional independiente. Sector gubernamental en sus tres órdenes de gobierno; federal, estatal y municipal , Desarrollo personal, Sector educativo

## VII. ESTRUCTURA DE LA UNIDAD DE APRENDIZAJE

CONTENIDOS	SECUENCIA TEMÁTICA
<b>Introducción a la planeación estratégica.</b>	1.1. Planeación tradicional 1.2 Planeación estratégica.
<b>Proceso de planeación estratégica de mercadotecnia y la administración de operaciones (relaciones).</b>	2.1 Análisis conceptual de la mercadotecnia 2.2 Elementos del proceso mercadológico 2.3 Relación entre la mercadotecnia y la planeación estratégica. 2.4 Proceso de planeación comercial 2.5 Sistema de planeación estratégica en la administración de Operaciones
<b>Sistema de planeación estratégica en recursos humanos y finanzas.</b>	3.1 Importancia de la planeación estratégica en los R.H. 3.2 Importancia de la planeación estratégica en los R.H holístico 3.3 Sistema en planeación estratégica en finanzas.
<b>Proyecto de planeación y control del cambio estratégico.</b>	4.1 Monitoreo del entorno y consideraciones para su aplicación 4.2 Búsqueda de valores 4.3 Formulación de la misión 4.4 Diseño de estrategias del negocio 4.5 Auditoria del desempeño 4.6 Análisis de brechas 4.7 Integración de los planes de acción 4.8 Planeación de contingencias 4.9 Implementación 4.10 Control del plan estratégico

## VIII. DESARROLLO DE CADA UNIDAD DE COMPETENCIA

UNIDAD DE COMPETENCIA I	ELEMENTOS DE COMPETENCIA		
	Conocimientos	Habilidades	Actitudes y Valores
Introducción a la planeación estratégica.	<p>--Planeación tradicional: tipos, ventajas y desventajas.</p> <p>--Impacto de la globalización en la planeación tradicional.</p> <p>--Necesidad del cambio hacia la planeación estratégica.</p> <p>--Planeación estratégica: Concepto, marco teórico para definir un negocio.</p> <p>--Componentes a considerar en el establecimiento de: Misión, visión, valores y credo.</p> <p>--Proceso de planeación estratégica.</p>	<p>Aplicar los conceptos para diferenciar la planeación tradicional de la estratégica.</p> <p>Reconocer la importancia de la planeación estratégica y el poder aplicarla en los negocios.</p> <p>Desarrollar la misión, visión, valores y credo de cualquier organización.</p>	<p>Muestra interés en las actividades y las tareas asignadas.</p> <p>Disposición para el trabajo en equipo.</p> <p>Participa activamente.</p> <p>Respeto y tolerancia con las opiniones diversas.</p>
<p><b>PROPOSITO DE UNIDAD DE COMPETENCIA</b></p> <p>Conozca la diferencia entre la planeación tradicional y la estratégica en el campo de los negocios.</p>			
<p><b>Estrategias didácticas recomendadas:</b></p> <p>--Revisión documental</p> <p>--Presentaciones por equipo</p> <p>--Uso de tecnologías de información y comunicación (sitios web, bibliotecas digitales, etc.)</p> <p>Exposición del docente de teorías y conceptos apoyada en Tecnologías de la Información y Comunicación.</p>	<p><b>Recursos didácticos requeridos:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Bibliográficos.</li> <li>• Interacción entre grupos de trabajo.</li> <li>• Investigación de campo. (obtener y analizar información)</li> <li>• Presentaciones en PowerPoint.</li> <li>• Material audiovisual.</li> <li>• Pizarrón y plumones.</li> <li>• Computadora y cañón</li> </ul>	<p><b>Tiempo Destinado:</b></p> <p>10 horas: Teoría 6 horas Practica 4 horas</p>	
EVALUACIÓN			
Criterios de desempeño		Productos o Evidencias	
Indaga y analiza información relacionada. Muestra manejo de los conceptos desarrollados durante la clase.		Entrega la información y plantea un análisis de la misma. Se discuten los temas en clase, se contestan cuestionarios o se evalúan mediante examen parcial.	

UNIDAD DE COMPETENCIA II	ELEMENTOS DE COMPETENCIA		
	Conocimientos	Habilidades	Actitudes y Valores
Proceso de planeación estratégica de mercadotecnia y la administración de operaciones (relaciones).	<p>Conceptuales:</p> <p>Análisis conceptual de la mercadotecnia</p> <p>Elementos del proceso mercadológico</p> <p>Relación entre la mercadotecnia y la planeación estratégica.</p> <p>Proceso de planeación comercial</p> <p>Sistema de planeación estratégica en la administración de operaciones</p>	<p>--Utilizar los elementos necesarios en el posicionamiento de un producto o servicio dentro de un mercado determinado para encontrar la mejor forma de producirlo.</p> <p>--Identificar las fortalezas y debilidades de los productos y servicios, así como distinguir oportunidades y amenazas en el mercado.</p> <p>--Relacionar las situaciones comerciales del negocio con los factores que influyen en la penetración del mercado.</p>	<p>Muestra interés en las actividades y las tareas asignadas.</p> <p>Disposición para el trabajo en equipo.</p> <p>Participa activamente.</p> <p>Respeto y tolerancia con las opiniones diversas.</p>
<p><b>PROPOSITO DE UNIDAD DE COMPETENCIA</b></p> <p>Comprenda el alcance y proceso de la planeación estratégica aplicado a actividades mercadológicas y de administración de operaciones, analizando la situación comercial del mercado y el área de producción de la empresa como factores claves del éxito.</p>	<p><b>Recursos didácticos requeridos:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Bibliográficos</li> <li>• obtención de información en medios electrónicos.</li> <li>• Interacción de grupos de trabajo.</li> <li>• Presentaciones en PowerPoint.</li> <li>• Material audiovisual.</li> <li>• Pizarrón y plumones.</li> <li>• Computadora y cañón</li> </ul>		<p><b>Tiempo Destinado:</b></p> <p>20 horas: Teoría 12 horas Practica 8 horas</p>
<p><b>Estrategias didácticas recomendadas:</b></p> <p>--Revisión documental</p> <p>--Presentaciones por equipo</p> <p>--Uso de tecnologías de información y comunicación (sitios web, bibliotecas digitales, etc.)</p> <p>--Exposición del docente de teorías y conceptos apoyada en Tecnologías de la Información y Comunicación.</p>			
EVALUACIÓN			
Criterios de desempeño		Productos o Evidencias	
<p>Indaga y analiza información relacionada. Muestra manejo de los conceptos desarrollados durante la clase.</p>		<p>Entrega la información y plantea un análisis de la misma. Se discuten los temas en clase, se contestan cuestionarios o se evalúan mediante examen parcial.</p>	

UNIDAD DE COMPETENCIA III	ELEMENTOS DE COMPETENCIA		
	Conocimientos	Habilidades	Actitudes y Valores
Sistema de planeación estratégica en recursos humanos y finanzas	Conceptuales:  Importancia de la planeación estratégica en los R.H.  Importancia de la planeación estratégica en los R.H holístico  Sistema en planeación estratégica en finanzas.	Analizar y establecer estrategias en función del entorno organizacional y financiero de la organización.  Utilizar los elementos necesarios para aprovechar adecuadamente los recursos humanos y financieros.	Muestra interés en las actividades y las tareas asignadas.  Disposición para el trabajo en equipo.  Participa activamente.  Respeto y tolerancia con las opiniones diversas.
<b>PROPOSITO DE UNIDAD DE COMPETENCIA</b>  Distinguir y analizar cada uno de los elementos que integran el proceso de planeación estratégica y su importancia en los recursos humanos y financieros.			
<b>Estrategias didácticas recomendadas:</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Revisión documental</li> <li>• Presentaciones por equipo</li> <li>• Uso de tecnologías de información y comunicación (sitios web, bibliotecas digitales, etc.)</li> <li>• Exposición del docente de teorías y conceptos apoyada en Tecnologías de la Información y Comunicación.</li> </ul>	<b>Recursos didácticos requeridos:</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Bibliográficos.</li> <li>• Interacción entre grupos de trabajo.</li> <li>• Obtención de información en medios electrónicos.</li> <li>• Visita al empresa.</li> <li>• Presentaciones en PowerPoint.</li> <li>• Material audiovisual.</li> <li>• Pizarrón y plumones.</li> <li>• Computadora y cañón</li> </ul>	<b>Tiempo Destinado:</b>  20 horas: Teoría 12 horas Practica 8 horas	
EVALUACIÓN			
Criterios de desempeño		Productos o Evidencias	
Indaga y analiza información relacionada.		Entrega la información y plantea un análisis de la misma.	
Muestra manejo de los conceptos desarrollados durante la clase.		Se discuten los temas en clase, se contestan cuestionarios o se evalúan mediante examen parcial.	
Visita a empresa.		Entrega reporte de visita	

UNIDAD DE COMPETENCIA IV	ELEMENTOS DE COMPETENCIA		
	Conocimientos	Habilidades	Actitudes y Valores
<p>Proyecto de planeación y control del cambio estratégico</p> <p><b>PROPOSITO DE UNIDAD DE COMPETENCIA</b></p> <p>Desarrollar un proyecto de planeación estratégica en el cual analizara cada una de sus etapas y al mismo tiempo controlarlo en todas sus fases de planeación.</p>	<p>Conceptuales:</p> <p>--Planeación para planear</p> <p>--Monitoreo del entorno y consideraciones para su aplicación</p> <p>--Búsqueda de valores</p> <p>--Formulación de la misión</p> <p>--Diseño de estrategias del negocio</p> <p>--Auditoria del desempeño</p> <p>--Análisis de brechas</p> <p>--Integración de los planes de acción</p> <p>--Planeación de contingencias</p> <p>--Implementación</p> <p>--Control del plan estratégico</p>	<p>Identificar y establecer los planes a corto y mediano plazo de la organización, analizando el entorno para su aplicación y control.</p> <p>Modificar los planes a corto, mediano y largo plazo.</p>	<p>Muestra interés en las actividades y las tareas asignadas.</p> <p>Disposición para el trabajo en equipo.</p> <p>Participa activamente.</p> <p>Respeto y tolerancia con las opiniones diversas.</p>
<p><b>Estrategias didácticas recomendadas:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Revisión documental</li> <li>• Presentaciones por equipo</li> <li>• Uso de tecnologías de información y comunicación (sitios web, bibliotecas digitales, etc.)</li> <li>• Exposición del docente de teorías y conceptos apoyada en Tecnologías de la Información y Comunicación.</li> </ul>	<p><b>Recursos didácticos requeridos:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Bibliográficos.</li> <li>• Obtención de información en medios electrónicos</li> <li>• Interacción entre grupos de trabajo.</li> <li>• Presentaciones en PowerPoint.</li> <li>• Material audiovisual.</li> <li>• Pizarrón y plumones.</li> <li>• Computadora y cañón</li> </ul>	<p><b>Tiempo Destinado:</b></p> <p>15 horas: Teoría 9 horas Practica 6 horas</p>	
EVALUACIÓN			
Criterios de desempeño		Productos o Evidencias	
Indaga y analiza información relacionada.		Entrega la información y plantea un análisis de la misma.	
Muestra manejo de los conceptos desarrollados durante la clase.		Se discuten los temas en clase, se contestan cuestionarios o se evalúan mediante examen parcial.	

## IX. EVALUACIÓN Y ACREDITACIÓN RECOMENDADA

UNIDAD	PRODUCTO	PORCENTAJE	% TOTAL	ACREDITACIÓN:  - Haber obtenido en la evaluación integral un porcentaje igual o mayor al 60%. - 80% de asistencia a las sesiones.
1	Participación en clase	10	25 %	
	Control de lectura de temas	20		
	Cuestionario	20		
	Examen parcial	50		
2	Participación en clase	10	25 %	
	Control de lectura de temas	20		
	Cuestionario	20		
	Examen parcial	50		
3	Participación en clase	10	25 %	
	Control de lectura de temas	20		
	Cuestionario	20		
	Reporte de visita	20		
	Examen parcial	30		
4	Participación en clase	10	25 %	
	Control de lectura de temas	20		
	Cuestionario	20		
	Examen parcial	50		
			100 %	

## X. PERFIL 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).

## XI. BIBLIOGRAFÍA

BÁSICA	COMPLEMENTARÍA
1.- Fernandez Valiñas, Ricardo. <b>Manual para elaborar un plan de mercadotecnia en la empresa mexicana.</b> México. Thomson Learning. 2001.	5.- Johnson, Robert W. y Melicher, Ronald W. <b>Administración financiera.</b> 4ª edición. México. CECSA. 1999.
2.- Fogarty, Donald W., Blackstone Jr., John H. y Hoffman, Thomas R. <b>Administración de la producción e inventarios.</b> 2ª edición. México. CECSA. 1999.	6.- Koontz, Harold y Heinz, Weihrich. <b>Administración una perspectiva global.</b> 12ª edición. México. McGraw Hill. 2004.
3.- Goodstein, Leonard D., Noland, Timothy M. y Williams Pfeiffer, J. <b>Planeación estratégica aplicada.</b> 1ª edición. México. McGraw Hill. 2004.	7.- Kotler, Philip. <b>Dirección de mercadotecnia, análisis, planeación, implementación y control.</b> 8ª edición. México. Prentice Hall. 1996.
4.- Hill, Charles W.L. y Jones, Gareth R. <b>Administración estratégica un enfoque integrado.</b> 3ª edición. México. McGraw Hill. 2000.	8.- Mondy, R. Wayne y Noe, Robert M. <b>Administración de recursos humanos.</b> 6ª edición. México. Prentice May 1996.