

EN COMPETENCIAS PROFESIONALES

ASIGNATURA DE ADMINISTRACIÓN

1. Competencias	Administrar el proceso de comercialización de productos y servicios a partir del diagnóstico de mercado, estrategias de venta y herramientas administrativas, con la finalidad de satisfacer las necesidades del cliente, para contribuir a la competitividad y posicionamiento nacional e internacional de la organización.
2. Cuatrimestre	Primero
3. Horas Teóricas	29
4. Horas Prácticas	46
5. Horas Totales	75
6. Horas Totales por Semana Cuatrimestre	5
7. Objetivo de Aprendizaje	El alumno coordinará actividades empresariales, mediante el proceso administrativo y los sistemas de producción para el logro de los objetivos organizacionales.

Unidades de Aprendizaje	Horas		
	Teóricas	Prácticas	Totales
I. Fundamentos de administración	10	0	10
II. Proceso administrativo	16	39	55
III. Sistemas de producción	3	7	10
Totales	29	46	75

ELABORÓ:	Comité de Directores de la Carrera de TSU en Desarrollo de Negocios área Mercadotecnia	REVISÓ:	Dirección Académica	
APROBÓ:	C. G. U. T. y P.	FECHA DE ENTRADA EN VIGOR:	Septiembre de 2017	

ADMINISTRACIÓN

UNIDADES DE APRENDIZAJE

1. Unidad de Aprendizaje	I. Fundamentos de administración
2. Horas Teóricas	10
3. Horas Prácticas	0
4. Horas Totales	10
5. Objetivo de la Unidad de Aprendizaje	El alumno identificará la importancia de la administración en el desarrollo de las organizaciones modernas para comprender su operación.

Temas	Saber	Saber hacer	Ser
Importancia de la administración en las organizaciones	<p>Describir los conceptos de administración, administrador, empresa, eficiencia, eficacia y productividad.</p> <p>Distinguir los tipos de empresa de acuerdo al tamaño, al giro y al origen del capital.</p> <p>Comprender la importancia de la administración aplicada en las organizaciones y en el proceso de toma de decisiones.</p>		<p>Disciplinado</p> <p>Analítico</p> <p>Investigador</p> <p>Creativo</p> <p>Respetuoso</p> <p>Trabajo en equipo</p>

ELABORÓ:	Comité de Directores de la Carrera de TSU en Desarrollo de Negocios área Mercadotecnia	REVISÓ:	Dirección Académica	
APROBÓ:	C. G. U. T. y P.	FECHA DE ENTRADA EN VIGOR:	Septiembre de 2017	

Temas	Saber	Saber hacer	Ser
Orígenes y evolución de la administración	<p>Identificar las etapas de la evolución de la administración y sus enfoques: científica y operacional.</p> <p>Identificar las tendencias contemporáneas de la administración.</p>		<p>Disciplinado</p> <p>Analítico</p> <p>Investigador</p> <p>Creativo</p> <p>Respetuoso</p> <p>Trabajo en equipo</p>

ELABORÓ:	Comité de Directores de la Carrera de TSU en Desarrollo de Negocios área Mercadotecnia	REVISÓ:	Dirección Académica	
APROBÓ:	C. G. U. T. y P.	FECHA DE ENTRADA EN VIGOR:	Septiembre de 2017	

ADMINISTRACIÓN

PROCESO DE EVALUACIÓN

Resultado de aprendizaje	Secuencia de aprendizaje	Instrumentos y tipos de reactivos
Elaborar un ensayo que contenga: La evolución de la administración, elementos, importancia y tendencias contemporáneas.	<ol style="list-style-type: none">1. Comprender el concepto de administración y sus elementos.2. Comprender la importancia de la administración aplicada.3. Identificar las etapas de la evolución y sus enfoques.4. Distinguir las tendencias contemporáneas de la administración.	Ensayo Rúbrica

ELABORÓ:	Comité de Directores de la Carrera de TSU en Desarrollo de Negocios área Mercadotecnia	REVISÓ:	Dirección Académica	
APROBÓ:	C. G. U. T. y P.	FECHA DE ENTRADA EN VIGOR:	Septiembre de 2017	

ADMINISTRACIÓN

PROCESO ENSEÑANZA APRENDIZAJE

Métodos y técnicas de enseñanza	Medios y materiales didácticos
Lectura asistida Realización de trabajos de investigación Discusión en grupo	Equipo de cómputo Videoprojector Internet Impresos Pintarrón

ESPACIO FORMATIVO

Aula	Laboratorio / Taller	Empresa
X		

ELABORÓ:	Comité de Directores de la Carrera de TSU en Desarrollo de Negocios área Mercadotecnia	REVISÓ:	Dirección Académica	
APROBÓ:	C. G. U. T. y P.	FECHA DE ENTRADA EN VIGOR:	Septiembre de 2017	

ADMINISTRACIÓN

UNIDADES DE APRENDIZAJE

1. Unidad de Aprendizaje	II. Proceso Administrativo
2. Horas Teóricas	16
3. Horas Prácticas	39
4. Horas Totales	55
5. Objetivo de la Unidad de Aprendizaje	El alumno desarrollará el proceso administrativo para lograr el cumplimiento de los objetivos organizacionales.

Temas	Saber	Saber hacer	Ser
Introducción al proceso administrativo	Describir los conceptos de: proceso, proceso administrativo y sus elementos: <ul style="list-style-type: none">- Planeación- Organización- Dirección- Control		Analítico Responsable Disciplinado Ético Asertivo Proactivo Respetuoso Trabajo en equipo

ELABORÓ:	Comité de Directores de la Carrera de TSU en Desarrollo de Negocios área Mercadotecnia	REVISÓ:	Dirección Académica	
APROBÓ:	C. G. U. T. y P.	FECHA DE ENTRADA EN VIGOR:	Septiembre de 2017	

Temas	Saber	Saber hacer	Ser
Planeación	<p>Identificar la importancia, propósito y principios de la planeación.</p> <p>Identificar los tipos de planeación:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Estratégica - Táctica - Operativa. <p>Describir los elementos de la planeación:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Misión - Visión - Valores - Políticas - Objetivos - Estrategias - Programas - Reglamentos - Procedimiento - Pronósticos - Presupuestos. <p>Explicar los conceptos, características y finalidad de las herramientas de planeación:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Gráfica de Gantt - Diagramas de flujo - Ruta crítica. 	<p>Formular filosofía organizacional.</p> <p>Desarrollar planes de actividades utilizando las herramientas de planeación.</p>	<p>Capacidad de planeación</p> <p>Organizado</p> <p>Analítico</p> <p>Responsable</p> <p>Disciplinado</p> <p>Ético</p> <p>Proactivo</p> <p>Respetuoso</p> <p>Líder</p> <p>Toma de decisiones</p> <p>Trabajo en equipo</p>

ELABORÓ:	Comité de Directores de la Carrera de TSU en Desarrollo de Negocios área Mercadotecnia	REVISÓ:	Dirección Académica	
APROBÓ:	C. G. U. T. y P.	FECHA DE ENTRADA EN VIGOR:	Septiembre de 2017	

Temas	Saber	Saber hacer	Ser
Organización	<p>Comprender la importancia de la organización en el ámbito comercial.</p> <p>Describir los 4 elementos de la organización:</p> <ul style="list-style-type: none"> - División del trabajo - Departamentalización: <ul style="list-style-type: none"> - Por Función - Producto - Cliente - Distribución Geográfica. - Jerarquización - Coordinación <p>Comprender las técnicas para la organización:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Organigramas - Manuales - Diagramas de flujo <p>Definir los conceptos:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Recursos humanos - Perfiles - Cédulas de evaluación de puestos - Análisis de puestos. <p>Identificar las etapas de proceso de organización del personal:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Reclutamiento - Selección - Contratación - Inducción - Capacitación. 	Elaborar organigramas manuales y diagramas de flujo.	Organizado Analítico Responsable Disciplinado Ético Proactivo Respetuoso Líder Toma de decisiones Trabajo en equipo

ELABORÓ:	Comité de Directores de la Carrera de TSU en Desarrollo de Negocios área Mercadotecnia	REVISÓ:	Dirección Académica	
APROBÓ:	C. G. U. T. y P.	FECHA DE ENTRADA EN VIGOR:	Septiembre de 2017	

Temas	Saber	Saber hacer	Ser
Dirección	<p>Describir las etapas del proceso de dirección:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Toma De Decisiones - Motivación - Comunicación - Liderazgo 	Formular estrategias de dirección de acuerdo al programa de actividades.	<p>Organizado</p> <p>Analítico</p> <p>Responsable</p> <p>Disciplinado</p> <p>Ético</p> <p>Proactivo</p> <p>Respetuoso</p> <p>Liderazgo</p> <p>Toma de decisiones</p> <p>Trabajo en equipo</p>
Control	<p>Identificar los tipos de control:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Preventivo - Concurrente - Correctivo <p>Describir los elementos del proceso de control:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Medición del desempeño - Comparación del desempeño con el estándar - Corrección de desviaciones aplicando medidas correctivas 	Proponer estrategias de control de acuerdo al programa de actividades.	<p>Organizado</p> <p>Analítico</p> <p>Responsable</p> <p>Disciplinado</p> <p>Ético</p> <p>Proactivo</p> <p>Respetuoso</p> <p>Líder</p> <p>Toma de decisiones</p> <p>Trabajo en equipo</p>

ELABORÓ:	Comité de Directores de la Carrera de TSU en Desarrollo de Negocios área Mercadotecnia	REVISÓ:	Dirección Académica	
APROBÓ:	C. G. U. T. y P.	FECHA DE ENTRADA EN VIGOR:	Septiembre de 2017	

ADMINISTRACIÓN

PROCESO DE EVALUACIÓN

Resultado de aprendizaje	Secuencia de aprendizaje	Instrumentos y tipos de reactivos
<p>A partir de un caso práctico de una organización, elaborar un reporte que incluya:</p> <p>Planeación:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Misión - Visión - Políticas - Objetivos - Estrategias <p>Organización:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Organigrama - Descripción de puestos <p>Dirección:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Estrategias de comunicación - Liderazgo - Motivación - Toma de decisiones <p>Control:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Herramientas de control 	<ol style="list-style-type: none"> 1. Identificar el proceso administrativo. 2. Comprender los elementos de las etapas del proceso administrativo. 3. Desarrollar el proceso administrativo para una actividad. 	<p>Estudio de casos</p> <p>Rúbrica</p>

ELABORÓ:	Comité de Directores de la Carrera de TSU en Desarrollo de Negocios área Mercadotecnia	REVISÓ:	Dirección Académica	
APROBÓ:	C. G. U. T. y P.	FECHA DE ENTRADA EN VIGOR:	Septiembre de 2017	

ADMINISTRACIÓN

PROCESO ENSEÑANZA APRENDIZAJE

Métodos y técnicas de enseñanza	Medios y materiales didácticos
Análisis de casos Equipos colaborativos Ejercicios prácticos	Pintarrón Internet Equipo de cómputo Equipo de proyección Revistas especializadas

ESPACIO FORMATIVO

Aula	Laboratorio / Taller	Empresa
X		

ELABORÓ:	Comité de Directores de la Carrera de TSU en Desarrollo de Negocios área Mercadotecnia	REVISÓ:	Dirección Académica	
APROBÓ:	C. G. U. T. y P.	FECHA DE ENTRADA EN VIGOR:	Septiembre de 2017	

ADMINISTRACIÓN

UNIDADES DE APRENDIZAJE

1. Unidad de Aprendizaje	III. Sistema de producción
2. Horas Teóricas	3
3. Horas Prácticas	7
4. Horas Totales	10
5. Objetivo de la Unidad de Aprendizaje	El alumno distinguirá los sistemas de producción y la clasificación de los procesos de manufactura existentes para comprender su relación con el área comercial.

Temas	Saber	Saber hacer	Ser
Sistema de producción	<p>Describir el concepto de sistema de producción, su función y la relación con el área comercial.</p> <p>Identificar las características de las empresas manufactureras.</p>		<p>Responsable</p> <p>Analítico</p> <p>Disciplinado</p> <p>Ético</p> <p>Habilidad de comunicarse correctamente</p> <p>Iniciativa</p> <p>Organizado</p>
Clasificación de los sistemas de producción	<p>Describir la clasificación de los sistemas de producción y sus características:</p> <ul style="list-style-type: none"> - En Línea - Continua - Por Lote - Por Proyecto - Por Grupos Tecnológicos. 	<p>Desarrollar propuestas de sistemas de producción para empresas manufactureras.</p>	<p>Responsable</p> <p>Analítico</p> <p>Disciplinado</p> <p>Ético</p> <p>Habilidad de comunicarse correctamente</p> <p>Iniciativa</p> <p>Organizado</p>

ELABORÓ:	Comité de Directores de la Carrera de TSU en Desarrollo de Negocios área Mercadotecnia	REVISÓ:	Dirección Académica	
APROBÓ:	C. G. U. T. y P.	FECHA DE ENTRADA EN VIGOR:	Septiembre de 2017	

ADMINISTRACIÓN

PROCESO DE EVALUACIÓN

Resultado de aprendizaje	Secuencia de aprendizaje	Instrumentos y tipos de reactivos
<p>Elaborar un reporte que incluya:</p> <ul style="list-style-type: none"> - 5 empresas manufactureras de la región - Características de cada una - Sistema de producción propuesto - Justificación 	<ol style="list-style-type: none"> 1. Comprender el concepto de sistema de producción. 2. Identificar las características de los diferentes sistemas de producción. 3. Identificar las características de las empresas manufactureras. 4. Realizar la propuesta del sistema de producción. 	<p>Reporte</p> <p>Lista de cotejo</p>

ELABORÓ:	Comité de Directores de la Carrera de TSU en Desarrollo de Negocios área Mercadotecnia	REVISÓ:	Dirección Académica	
APROBÓ:	C. G. U. T. y P.	FECHA DE ENTRADA EN VIGOR:	Septiembre de 2017	

ADMINISTRACIÓN

PROCESO ENSEÑANZA APRENDIZAJE

Métodos y técnicas de enseñanza	Medios y materiales didácticos
Equipos colaborativos Realización de trabajos de investigación Aprendizaje situado	Equipo de cómputo Video proyector Internet Impresos Videos Pintarrón

ESPACIO FORMATIVO

Aula	Laboratorio / Taller	Empresa
X		

ELABORÓ:	Comité de Directores de la Carrera de TSU en Desarrollo de Negocios área Mercadotecnia	REVISÓ:	Dirección Académica	
APROBÓ:	C. G. U. T. y P.	FECHA DE ENTRADA EN VIGOR:	Septiembre de 2017	

ADMINISTRACIÓN

CAPACIDADES DERIVADAS DE LAS COMPETENCIAS PROFESIONALES A LAS QUE CONTRIBUYE LA ASIGNATURA

Capacidad	Criterios de Desempeño
Diagnosticar la situación de la empresa a través del uso de herramientas financieras, administrativas y de investigación, así como análisis de las áreas funcionales, para planificar el proceso de comercialización.	<p>Elabora un diagnóstico de la empresa que incluya:</p> <ul style="list-style-type: none"> - filosofía organizacional - objetivos organizacionales - análisis financiero: <ul style="list-style-type: none"> - Método vertical <ul style="list-style-type: none"> - Razones financieras - Porcientos integrales - Punto crítico - Método horizontal <ul style="list-style-type: none"> - Tendencias - Variaciones porcentuales - Capacidad instalada - Posicionamiento en el mercado - Análisis del producto - Canales de distribución - Competitividad de la fuerza de ventas - Comportamiento de la cartera de clientes - Percepción de los públicos - Identifica fortalezas y debilidades.

ELABORÓ:	Comité de Directores de la Carrera de TSU en Desarrollo de Negocios área Mercadotecnia	REVISÓ:	Dirección Académica	
APROBÓ:	C. G. U. T. y P.	FECHA DE ENTRADA EN VIGOR:	Septiembre de 2017	

Capacidad	Criterios de Desempeño
<p>Determinar el posicionamiento de la competencia mediante el estudio de sus ventajas competitivas, debilidades, uso de métodos y técnicas, para identificar las oportunidades de la organización en el mercado.</p>	<p>Entrega un análisis de la competencia que contenga:</p> <ul style="list-style-type: none"> - participación en el mercado - posicionamiento en el mercado - matriz de ventajas competitivas y comparativas: <ul style="list-style-type: none"> - Precio - Calidad Del Producto - Calidad En El Servicio - Canales De Distribución - Tiempo De Entrega - Publicidad - Condiciones De Pago - Seguimiento Posventa - análisis e interpretación de resultados - detección de oportunidades
<p>Realizar investigaciones de mercado nacionales e internacionales mediante un análisis del entorno y el uso de métodos cuantitativos y cualitativos, para la toma de decisiones comerciales.</p>	<p>Presenta un informe de la investigación de mercados que contenga:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Resumen Ejecutivo - Planteamiento de la investigación (problema, objetivo, hipótesis, metodología de la investigación, propuesta técnica, Instrumento para la recolección de Información) - Recolección y tratamiento de datos - Análisis e Interpretación de resultados - Conclusiones y recomendaciones
<p>Formular ideas de negocios nacionales e internacionales a través de la metodología de proyectos de negocios, para aprovechar las oportunidades detectadas.</p>	<p>Presenta un anteproyecto a nivel perfil que contenga:</p> <p>Resumen ejecutivo</p> <p>Definición del bien o servicio</p> <p>Análisis de mercado</p> <p>Análisis técnico:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Organizacional - Legal - Producción - Impacto ambiental <p>Análisis Financiero</p> <p>Análisis de prefactibilidad</p> <p>Conclusiones</p>

ELABORÓ:	Comité de Directores de la Carrera de TSU en Desarrollo de Negocios área Mercadotecnia	REVISÓ:	Dirección Académica	
APROBÓ:	C. G. U. T. y P.	FECHA DE ENTRADA EN VIGOR:	Septiembre de 2017	

Capacidad	Criterios de Desempeño
Elaborar programas de ventas con base en pronósticos de ventas, y mediante el análisis de recursos y el diseño de estrategias, para lograr las metas comerciales.	Elabora un programa de ventas que contenga: <ul style="list-style-type: none"> - pronóstico - objetivos - metas - estrategias - presupuestos - calendarización de actividades
Organizar fuerzas de venta mediante la asignación de funciones, métodos de ventas y técnicas administrativas, para el logro de las metas comerciales.	Presenta una propuesta de estructura del departamento de ventas que incluye: <ul style="list-style-type: none"> - Filosofía organizacional - Estructura organizacional del área de ventas - Perfiles y descripción de puestos - Selección de vendedores - Plan de capacitación - Plan de incentivos
Supervisar procesos comerciales mediante herramientas de control e indicadores de desempeño, para establecer acciones de mejora y contribuir a la rentabilidad de la organización.	Elabora un reporte que incluye: <ul style="list-style-type: none"> - Tipo de supervisión - Instrumentos de control - Medición de indicadores del área de ventas - Evaluación de la satisfacción del cliente - Evaluación del desempeño de la fuerza de ventas - Propuestas de mejora.

ELABORÓ:	Comité de Directores de la Carrera de TSU en Desarrollo de Negocios área Mercadotecnia	REVISÓ:	Dirección Académica	
APROBÓ:	C. G. U. T. y P.	FECHA DE ENTRADA EN VIGOR:	Septiembre de 2017	

ADMINISTRACIÓN

FUENTES BIBLIOGRÁFICAS

Autor	Año	Título del Documento	Ciudad	País	Editorial
Stephen P, Robbins y Coulter, Mary	(2015)	<i>Administración</i>	Ciudad de México	México	Pearson Educacion ISBN: 9786073227674
Münch Galindo, Lourdes	(2014)	<i>Administración: Gestión organizacional, enfoque y proceso administrativo</i>	Ciudad de México	México	Pearson Educacion ISBN: 9786073227001
Hernández y Rodríguez, Sergio	(2012)	<i>Introducción a la Administración. Teoría general administrativa: origen, evolución y vanguardia</i>	Ciudad de México	México	McGraw Hill Interamericana ISBN: 9786071506177
Chiavenato, Idalberto	(2011)	<i>Administración de Recursos Humanos</i>	Ciudad de México	México	McGraw Hill Interamericana ISBN: 9786071505606
Velázquez Mastreta, Gustavo	(2008)	<i>Administración de los Sistemas de Producción</i>	Ciudad de México	México	Editorial Limusa ISBN: 9681864913

ELABORÓ:	Comité de Directores de la Carrera de TSU en Desarrollo de Negocios área Mercadotecnia	REVISÓ:	Dirección Académica	
APROBÓ:	C. G. U. T. y P.	FECHA DE ENTRADA EN VIGOR:	Septiembre de 2017	