



Universidad Autónoma del Estado de México

Facultad de Contaduría y Administración

Licenciatura en Mercadotecnia



**PROGRAMA DE ESTUDIOS
DE LA UNIDAD DE APRENDIZAJE**

Gestión

Elaboró: M.A.N. en M. Mónica Leticia Monroy Gama

**Fecha de
aprobación:**

H. Consejo Académico
17 de abril de 2018

H. Consejo de Gobierno
17 de abril de 2018

Facultad de Contaduría y Administración



I. Datos de identificación.

Espacio académico donde se imparte

**Facultad de Contaduría y Administración
Unidad Académica Profesional Acolman**

Estudios profesionales

Licenciatura en Mercadotecnia, 2018

Unidad de aprendizaje

Gestión

Clave

Carga académica

4

Horas
teóricas

0

Horas
prácticas

4

Total de
horas

8

Créditos

Período escolar en que se ubica

1

2

3

4

5

6

7

8

9

Tipo

Curso

X



II. Presentación del programa de estudios.

La interdependencia entre las áreas estratégicas de las organizaciones, es evidente en nuestros días. Las estrategias comerciales deben estar coordinadas con el resto del sistema organizacional, es por ello la importancia de la gestión empresarial, ya que puede implicar una ventaja competitiva dentro de las organizaciones, es por ello que los licenciados en Mercadotecnia deben tener conocimientos específicos sobre esta disciplina; para que tengan el conocimiento para generar herramientas y técnicas que sirvan para aprovechar de la mejor manera los recursos operativos (humanos, financieros, materiales, tecnológicos, de conocimiento, entre otros), y en base a ello, poder planificar, organizar, dirigir y controlar los recursos hacia la estabilidad y el crecimiento de las organizaciones.

Por ello, esta Unidad de Aprendizaje (UA) se ubica en el primer semestre de la Licenciatura en Mercadotecnia; el objetivo de esta UA es conocer los procesos administrativos, para poder solventar la administración de las organizaciones, que le pueda brindar los siguientes beneficios como el uso y optimización de los recursos con que se cuente para operar el área de mercadotecnia dentro de una organización, otorgando efectividad a los esfuerzos humano, permitiendo de este modo un crecimiento sustentable que genere información relevante sobre la forma correcta de tratar los recursos los cuales, son un elemento indispensable en cualquier organización y deben ser cuidados y de esta manera acrecentar desempeño y reducir costos de operación para obtener rentabilidad y optima gestión empresarial en las diferentes áreas que conforman a las organizaciones

Por lo que es de suma importancia el desarrollo de competencias en los alumnos debido a que es fundamental para la Facultad de Contaduría y Administración, pues es lo que les dará mayores y mejores herramientas para su desempeño profesional. Por ello, esta Unidad de Aprendizaje deberá fundamentarse en el aprendizaje significativo para aprender a conocer, a ser, hacer y convivir, por medio de la interacción de diversos factores como la investigación dentro y fuera del aula, trabajo de campo en las organizaciones, interacción con empresas y expertos, estimulación sensitiva y la observación de problemas que aquejan a la sociedad entre otros.

III. Ubicación de la unidad de aprendizaje en el mapa curricular

Núcleo de formación:

Básico

Área curricular:

Administración

Carácter de la UA:

Obligatoria



IV. Objetivos de la formación profesional.

Objetivos del programa educativo:

Son objetivos de la licenciatura formar profesionales con un alto sentido de responsabilidad, de ética y de servicio, con una visión integral para mejorar la comercialización de bienes tangibles e intangibles y así contribuir a:

Generales

- Ampliar su universo cultural para mejorar la comprensión del mundo y del entorno en que vive, para cuidar de la naturaleza y potenciar sus expectativas.
- Asumir los principios y valores universitarios, y actuar en consecuencia.
- Cuidar su salud y desarrollar armoniosamente su cuerpo; ejercer responsablemente y de manera creativa el tiempo libre.
- Desarrollar la sensibilidad y el arte como base de la creatividad.
- Evaluar el progreso, integración e incertidumbre de las ciencias, ante la creciente complejidad de las profesiones.
- Participar activamente en su desarrollo académico para acrecentar su capacidad de aprendizaje y evolucionar como profesional con autonomía.
- Reconocer la diversidad cultural y disfrutar de sus bienes y valores.
- Tomar decisiones y formular soluciones racionales, éticas y estéticas.
- Ejercer el diálogo y el respeto como principios de la convivencia con sus semejantes, y de apertura al mundo.
- Cuidar su salud y desarrollar armoniosamente su cuerpo; ejercer responsablemente y de manera creativa el tiempo libre.

Particulares

- Aplicar las condiciones legales, económicas y políticas en materia de mercado para la adecuada distribución y posicionamiento de un bien tangible o intangible en el contexto nacional e internacional.
- Satisfacer las necesidades o deseos de los clientes mediante la identificación de sus preferencias a través de la investigación de mercados para posicionar un producto tangible o intangible y/o una marca en un segmento específico.
- Desarrollar programas de pronóstico y presupuesto de bienes tangibles e intangibles a través de la identificación de canales de distribución, segmentación de mercados, estrategias de precios y comunicación de la promoción para pronosticar ventas, estimular compras y evolucionar en el campo de la mercadotecnia.



Objetivos del núcleo de formación:

Promoverá en el alumno el aprendizaje de las bases contextuales, teóricas y filosóficas de sus estudios, la adquisición de una cultura universitaria en las ciencias y las humanidades, y el desarrollo de las capacidades intelectuales indispensables para la preparación y ejercicio profesional, o para diversas situaciones de la vida personal y social.

Objetivos del área curricular o disciplinaria:

Analizar las teorías clásicas, científicas, neoclásicas, burocrática y conductista de la Administración mediante la planeación, organización, dirección y control de recursos tangibles e intangibles para aplicar el proceso administrativo con la finalidad de formular, implementar y evaluar decisiones estratégicas que permitan a las organizaciones alcanzar sus objetivos de mercadotecnia.

V. Objetivos de la unidad de aprendizaje.

Analizar los tipos y funciones de la gestión por medio de la planeación, organización, dirección y control de sistemas administrativos con el fin de alcanzar los objetivos de la organización.



VI. Contenidos de la unidad de aprendizaje, y su organización.

Unidad 1. Panorama de la Administración
Objetivo: Analizar la evolución del pensamiento administrativo, así como sus diferentes teorías para la correcta aplicación en la elaboración de estrategias administrativas
Temas Historia del pensamiento administrativo 1.1 Enfoque clásico 1.2 Enfoque de la gerencia administrativa 1.2.1 Max Weber y la teoría de la burocracia 1.2.2 Henry Fayol y el proceso administrativo 1.3 Enfoque conductista 1.4 Administración de operaciones 1.5 Administración de la calidad total 1.6 Teoría contemporáneas de la administración
Unidad 2. El entorno y la cultura corporativa
Objetivo: Comprender los conceptos aplicados en la administración de las organizaciones, para el correcto análisis de los diferentes entornos y aplicación de teorías administrativas
Temas: 2.1 Definición de administración 2.2 Habilidades gerenciales o de administración 2.3 Cultura corporativa 2.4 Entorno externo e interno de las organizaciones 2.4 Entorno global de las organizaciones
Unidad 3. Planeación
Objetivo: Identificar la correcta formulación de cursos de acción para el logro de objetivos organizacionales, contribuyendo al buen uso de los recursos.
Temas: 3.1 Definición de planeación 3.2 Formulación de planes y estrategias 3.3 Tipos de planeación 3.4 Toma de decisiones



Unidad 4. Organización

Objetivo: Analizar e identificar los diferentes recursos con los que cuentan las organizaciones, para la correcta distribución de estos en la ejecución de planes y aplicación de estrategias organizacionales

Temas:

- 4.1 Definición de organización
- 4.2 Diseño organizacional
- 4.3 Departamentalización
- 4.4 Dirección del cambio organizacional
- 4.5 Administración de recursos humanos

Unidad 5. Dirección

Objetivo: Comprender las diferentes teorías para la coordinación de las diferentes funciones administrativas dentro del ámbito organizacional

Temas:

- 5.1 Definición de dirección
- 5.2 Comportamiento organizacional
- 5.3 Liderazgo
 - 5.3.1 Teorías de liderazgo
- 5.4 Motivación
 - 5.4.1 Teorías de motivación
- 5.5 Comunicación
- 5.6 Trabajo en equipo

Unidad 6. Control

Objetivo: Analizar la importancia de la evaluación y establecimiento de políticas de control en los diferentes sistemas administrativos, para el correcto cumplimiento de los objetivos empresariales

Temas:

- 6.1 Definición de control
- 6.2 Enfoque de control organizacional
- 6.3 Modelo de control de retroalimentación
- 6.4 Control financiero
- 6.5 Administración de la calidad total (TQM)
- 6.6 Tendencias en el control de la calidad



VII. Acervo bibliográfico.

Básico:

- Daft, Richard L. (2011) Introducción a la Administración. Cengage Learning
- Hellriegel, Don. (2011) Administración, un enfoque basado en competencias. Cengage Learning
- Robbins Stephen P. (2010) Administración. Pearson Education
- Koontz Weihrich (2016) Administración, Una perspectiva global, empresarial y de innovación. McGraw Hill

Complementario:

- Munch Galindo Lourdes. (2014) Administración: gestión organizacional, enfoque y proceso administrativo. Pearson Education
- Robbins Stephen P. (2009) Fundamentos de Administración. Pearson Education
- Evans James. (2014) Administración y control de la calidad Cengage Learning