

# INGENIERIA EN DESARROLLO E INNOVACIÓN EMPRESARIAL

## HOJA DE ASIGNATURA CON DESGLOSE DE UNIDADES TEMÁTICAS

<b>1. Nombre de la asignatura</b>	Estrategias para nuevos negocios
<b>2. Competencias</b>	Diseñar planes comerciales acordes a las capacidades de la organización para mejorar su competitividad en el mercado.
<b>3. Cuatrimestre</b>	Segundo
<b>4. Horas Prácticas</b>	27
<b>5. Horas Teóricas</b>	18
<b>6. Horas Totales</b>	45
<b>7. Horas Totales por Semana Cuatrimestre</b>	3
<b>8. Objetivo de la Asignatura</b>	El alumno diseñará las estrategias para orientar a las empresas a través del uso de herramientas de administración estratégica para la toma de decisiones.

Unidades Temáticas	Horas		
	Prácticas	Teóricas	Totales
<b>I. Análisis situacional del entorno empresarial</b>	9	5	14
<b>II. Herramientas de la administración estratégica</b>	9	5	14
<b>III. Toma de decisiones e Implantación de estrategias.</b>	9	8	17
<b>Totales</b>	<b>27</b>	<b>18</b>	<b>45</b>

ELABORÓ: COMITÉ DE DIRECTORES DE LA CARRERA DE INGENIERIA EN DESARROLLO E INNOVACIÓN EMPRESARIAL

APROBÓ: C. G. U. T.

REVISÓ: COMISIÓN DE RECTORES PARA LA CONTINUIDAD DE ESTUDIOS

FECHA DE ENTRADA EN VIGOR: SEPTIEMBRE 2009

F-CAD-SPE-23-PE-5A-04

# ESTRATEGIAS PARA NUEVOS NEGOCIOS

## UNIDADES TEMÁTICAS

<b>1. Unidad Temática</b>	I. Análisis situacional del entorno empresarial
<b>2. Horas Prácticas</b>	9
<b>3. Horas Teóricas</b>	5
<b>4. Horas Totales</b>	14
<b>5. Objetivo</b>	El alumno evaluará el impacto de las fuerzas ambientales de la empresa para detectar oportunidades de negocio.

<b>Temas</b>	<b>Saber</b>	<b>Saber hacer</b>	<b>Ser</b>
Análisis del macro ambiente	Identificar las variables que integran el macro ambiente	Determinar el impacto de las variables del macro ambiente en el entorno de una empresa.	Crítico Iniciativa Observador Metódico
Análisis de las 5 fuerzas de Porter	Identificar las variables que integran las fuerzas de Porter	Determinar el impacto de las variables de las fuerzas de Porter en el entorno de una empresa	Crítico Iniciativa Observador Metódico
Componentes de la misión, visión, objetivos, estructura organizacional, recursos.	Identificar las variables que integran el entorno interno	Determinar el impacto de las variables del entorno interno.	Crítico Iniciativa Observador Metódico
Matriz de perfil competitivo	Identificar los principales competidores así como los fortalezas y debilidades en relación con la posición estratégica de la empresa	Ponderar los factores de importancia del entorno competitivo	Crítico Iniciativa Observador Metódico

ELABORÓ: COMITÉ DE DIRECTORES DE LA CARRERA DE INGENIERIA EN DESARROLLO E INNOVACIÓN EMPRESARIAL

APROBÓ: C. G. U. T.

REVISÓ: COMISIÓN DE RECTORES PARA LA CONTINUIDAD DE ESTUDIOS

FECHA DE ENTRADA EN VIGOR: SEPTIEMBRE 2009

F-CAD-SPE-23-PE-5A-04

## ESTRATEGIAS PARA NUEVOS NEGOCIOS

<b>Proceso de evaluación</b>		
<b>Resultado de aprendizaje</b>	<b>Secuencia de aprendizaje</b>	<b>Instrumentos y tipos de reactivos</b>
<p>A partir de un análisis de los ambientes, elaborará un reporte que contenga la estructura de las matrices:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Matriz de evaluación del factor externo.</li> <li>- 5 fuerzas de Porter.</li> <li>- Matriz de evaluación del factor interno.</li> <li>- Matriz del perfil competitivo</li> </ul>	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Comprender los factores internos y externos de una empresa.</li> <li>2. Analizar el impacto que tienen los factores internos y externos de una empresa mediante la ponderación.</li> <li>3. Analizar la empresa en comparación con sus competidores con base a la ponderación, identificando la empresa más fuerte.</li> </ol>	<p>Ensayo Listas de cotejo</p>

**ELABORÓ:** COMITÉ DE DIRECTORES DE LA CARRERA DE INGENIERIA EN DESARROLLO E INNOVACIÓN EMPRESARIAL

**APROBÓ:** C. G. U. T.

**REVISÓ:** COMISIÓN DE RECTORES PARA LA CONTINUIDAD DE ESTUDIOS

**FECHA DE ENTRADA EN VIGOR:** SEPTIEMBRE 2009

**F-CAD-SPE-23-PE-5A-04**

## ESTRATEGIAS PARA NUEVOS NEGOCIOS

Proceso enseñanza aprendizaje	
Métodos y técnicas de enseñanza	Medios y materiales didácticos
Análisis de casos Equipos colaborativos Técnicas de investigación	Cañón Pintarrón Internet Impresos

Espacio Formativo		
Aula	Laboratorio / Taller	Empresa
	<b>X</b>	

**ELABORÓ:** COMITÉ DE DIRECTORES DE LA CARRERA DE INGENIERIA EN DESARROLLO E INNOVACIÓN EMPRESARIAL

**APROBÓ:** C. G. U. T.

**REVISÓ:** COMISIÓN DE RECTORES PARA LA CONTINUIDAD DE ESTUDIOS

**FECHA DE ENTRADA EN VIGOR:** SEPTIEMBRE 2009

# ESTRATEGIAS PARA NUEVOS NEGOCIOS

## UNIDADES TEMÁTICAS

<b>1. Unidad Temática</b>	II. Herramientas de la administración estratégica
<b>2. Horas Prácticas</b>	9
<b>3. Horas Teóricas</b>	5
<b>4. Horas Totales</b>	14
<b>5. Objetivo</b>	El alumno diagnosticará mediante el empleo de matrices el atractivo del mercado y la potencialidad de las Unidades Estratégicas de Negocios (UEN 'S) para el diseño de estrategias.

<b>Temas</b>	<b>Saber</b>	<b>Saber hacer</b>	<b>Ser</b>
FODA	Identificar los componentes y las ventajas que posee la herramienta de la administración estratégica.	Determinar el impacto de los factores internos y externos en una organización	Crítico Iniciativa Creatividad Innovador Líder Observador Metódico
BCG (Boston Consulting Group)	Identificar los componentes de: Tasa de Crecimiento de las ventas en la industria / Participación de mercado y las ventajas que posee la herramienta de la administración estratégica.	Determinar el potencial de las UEN'S. en una organización.	Crítico Iniciativa Creatividad Innovador Líder Observador Metódico
Matriz Ansoff	Identificar los componentes Mercado/producto y las ventajas que posee la herramienta de la Administración estratégica.	Proponer oportunidades de crecimiento en las unidades de negocio de una organización	Crítico Iniciativa Creatividad Innovador Líder Observador Metódico

ELABORÓ: COMITÉ DE DIRECTORES DE LA CARRERA DE INGENIERIA EN DESARROLLO E INNOVACIÓN EMPRESARIAL

APROBÓ: C. G. U. T.

REVISÓ: COMISIÓN DE RECTORES PARA LA CONTINUIDAD DE ESTUDIOS

FECHA DE ENTRADA EN VIGOR: SEPTIEMBRE 2009

F-CAD-SPE-23-PE-5A-04

<b>Temas</b>	<b>Saber</b>	<b>Saber hacer</b>	<b>Ser</b>
Matriz General Electric (3x3)	Identificar los componentes Atractivo del mercado / Fuerza de mercado y las ventajas que posee la herramienta de la Administración estratégica	Examinar el atractivo y fuerza de mercado de una organización.	Crítico Iniciativa Creatividad Innovador Líder Observador Metódico

**ELABORÓ:** COMITÉ DE DIRECTORES DE LA CARRERA DE INGENIERIA EN DESARROLLO E INNOVACIÓN EMPRESARIAL

**APROBÓ:** C. G. U. T.

**REVISÓ:** COMISIÓN DE RECTORES PARA LA CONTINUIDAD DE ESTUDIOS

**FECHA DE ENTRADA EN VIGOR:** SEPTIEMBRE 2009

**F-CAD-SPE-23-PE-5A-04**

## ESTRATEGIAS PARA NUEVOS NEGOCIOS

Proceso de evaluación		
Resultado de aprendizaje	Secuencia de aprendizaje	Instrumentos y tipos de reactivos
<p>A partir de un caso dado, elaborará un reporte que integre el análisis de las siguientes matrices:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- FODA</li> <li>- BCG (Boston Consulting Group)</li> <li>- Matriz Ansoff</li> <li>- Matriz General Electric (3x3)</li> </ul>	<ol style="list-style-type: none"> <li>1.- Comprender la estructura y alcance del análisis FODA.</li> <li>2.- Comprender el procedimiento para calcular las tasas de crecimiento de las ventas en la industria y la participación de mercados de cada una de las UEN'S.</li> <li>3.- Analizar oportunidades y fuerza de mercado.</li> <li>4.- Identificar productos, mercados existentes y nuevas oportunidades.</li> </ol>	<p>Ejercicios prácticos Lista de cotejo</p>

**ELABORÓ:** COMITÉ DE DIRECTORES DE LA CARRERA DE INGENIERIA EN DESARROLLO E INNOVACIÓN EMPRESARIAL

**APROBÓ:** C. G. U. T.

**REVISÓ:** COMISIÓN DE RECTORES PARA LA CONTINUIDAD DE ESTUDIOS

**FECHA DE ENTRADA EN VIGOR:** SEPTIEMBRE 2009

**F-CAD-SPE-23-PE-5A-04**

# ESTRATEGIAS PARA NUEVOS NEGOCIOS

<b>Proceso enseñanza aprendizaje</b>	
<b>Métodos y técnicas de enseñanza</b>	<b>Medios y materiales didácticos</b>
Análisis de casos Equipos colaborativos Técnicas de investigación	Cañón Pintarrón Internet Impresos

<b>Espacio Formativo</b>		
<b>Aula</b>	<b>Laboratorio / Taller</b>	<b>Empresa</b>
	<b>X</b>	

**ELABORÓ:** COMITÉ DE DIRECTORES DE LA CARRERA DE INGENIERIA EN DESARROLLO E INNOVACIÓN EMPRESARIAL

**REVISÓ:** COMISIÓN DE RECTORES PARA LA CONTINUIDAD DE ESTUDIOS

**APROBÓ:** C. G. U. T.

**FECHA DE ENTRADA EN VIGOR:** SEPTIEMBRE 2009



# ESTRATEGIAS PARA NUEVOS NEGOCIOS

## UNIDADES TEMÁTICAS

<b>1.Unidad Temática</b>	III. Toma de decisiones e Implantación de estrategias.
<b>2.Horas Prácticas</b>	9
<b>3.Horas Teóricas</b>	8
<b>4.Horas Totales</b>	17
<b>5.Objetivo</b>	El alumno seleccionará las estrategias formuladas para impulsar la competitividad de una empresa.

<b>Temas</b>	<b>Saber</b>	<b>Saber hacer</b>	<b>Ser</b>
Matriz de Planeación estratégica cuantitativa	Reconocer los requisitos para el proceso de evaluación de estrategias en una empresa de un caso dado	Determinar el impacto de la estrategia para cada factor involucrado en la matriz de planeación estratégica.	Crítico Iniciativa Creatividad Innovador Líder Observador Metódico
Plan de acción	Reconocer los elementos del plan de acción: - Responsables - Actividades por estrategia - Presupuestos - Medidas de control	Elaborar el plan de acción	Iniciativa Creatividad Innovador Líder Observador Metódico

**ELABORÓ:** COMITÉ DE DIRECTORES DE LA CARRERA DE INGENIERIA EN DESARROLLO E INNOVACIÓN EMPRESARIAL

**APROBÓ:** C. G. U. T.

**REVISÓ:** COMISIÓN DE RECTORES PARA LA CONTINUIDAD DE ESTUDIOS

**FECHA DE ENTRADA EN VIGOR:** SEPTIEMBRE 2009

## ESTRATEGIAS PARA NUEVOS NEGOCIOS

Proceso de evaluación		
Resultado de aprendizaje	Secuencia de aprendizaje	Instrumentos y tipos de reactivos
<p>A partir de un análisis de la matriz de planeación estratégica cuantitativa, elaborará un reporte que contenga:</p> <ul style="list-style-type: none"><li>- las estrategias</li><li>- la evaluación</li><li>- el control de las acciones implementadas.</li></ul>	<p>1.- Comprender las estrategias de evaluación del plan estratégico.</p> <p>2.- Identificar los elementos de un Plan de acción y sus características.</p>	<p>Ensayo Lista de cotejo</p>

**ELABORÓ:** COMITÉ DE DIRECTORES DE LA CARRERA DE INGENIERIA EN DESARROLLO E INNOVACIÓN EMPRESARIAL

**APROBÓ:** C. G. U. T.

**REVISÓ:** COMISIÓN DE RECTORES PARA LA CONTINUIDAD DE ESTUDIOS

**FECHA DE ENTRADA EN VIGOR:** SEPTIEMBRE 2009

**F-CAD-SPE-23-PE-5A-04**

## ESTRATEGIAS PARA NUEVOS NEGOCIOS

Proceso enseñanza aprendizaje	
Métodos y técnicas de enseñanza	Medios y materiales didácticos
Análisis de casos Equipos colaborativos Juego roles	PC Cañón Pintarrón Internet Impresos Project

Espacio Formativo		
Aula	Laboratorio / Taller	Empresa
	X	

**ELABORÓ:** COMITÉ DE DIRECTORES DE LA CARRERA DE INGENIERIA EN DESARROLLO E INNOVACIÓN EMPRESARIAL

**APROBÓ:** C. G. U. T.

**REVISÓ:** COMISIÓN DE RECTORES PARA LA CONTINUIDAD DE ESTUDIOS

**FECHA DE ENTRADA EN VIGOR:** SEPTIEMBRE 2009

# ESTRATEGIAS PARA NUEVOS NEGOCIOS

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

Capacidad	Criterios de Desempeño
Determinar las estrategias de ventas mediante el diagnóstico previo de la empresa para alcanzar los pronósticos de ventas establecidos	Elabora un documento que contenga como mínimo: -Análisis del entorno -Estrategias de venta -Programa de implantación

**ELABORÓ:** COMITÉ DE DIRECTORES DE LA CARRERA DE INGENIERIA EN DESARROLLO E INNOVACIÓN EMPRESARIAL

**APROBÓ:** C. G. U. T.

**REVISÓ:** COMISIÓN DE RECTORES PARA LA CONTINUIDAD DE ESTUDIOS

**FECHA DE ENTRADA EN VIGOR:** SEPTIEMBRE 2009

# ESTRATEGIAS PARA NUEVOS NEGOCIOS

## FUENTES BIBLIOGRÁFICAS

<b>Autor</b>	<b>Año</b>	<b>Título del Documento</b>	<b>Ciudad</b>	<b>País</b>	<b>Editorial</b>
Fred, R. D.	(2008)	<i>Conceptos de Administración Estratégica</i>	Distrito Federal	México	Pearson Educación
Hill, C.	(2009)	<i>Administración estratégica</i>	Distrito Federal	México	Mc Graw Hill Interamericana
Frances, A.	(2006)	<i>Estrategias y planes para la empresa, con el cuadro de mando integral</i>	Distrito Federal	México	Pearson Educación de México Prentice Hall
D'Andrea, G. y Quelch, J.	(2002)	<i>Marketing estratégico en Latinoamérica, casos de estudio</i>	London	Inglaterra	Pearson Educación de México Prentice Hall
Burk Wood, M.	(2004)	<i>Plan de Marketing con Marketing Plan Pro</i>	New York	E.U.	Pearson Educación de México Prentice Hall
Wheelen, T.L.	(2007)	<i>Administración estratégica, conceptos y casos</i>	Florida	E.U.	Pearson Educación de México Prentice Hall
Johnson, G. y Sholes, K.	(2000)	<i>Dirección estratégica</i>	Distrito Federal	México	Pearson Educación de México Prentice Hall

ELABORÓ: COMITÉ DE DIRECTORES DE LA CARRERA DE INGENIERIA EN DESARROLLO E INNOVACIÓN EMPRESARIAL

APROBÓ: C. G. U. T.

REVISÓ: COMISIÓN DE RECTORES PARA LA CONTINUIDAD DE ESTUDIOS

FECHA DE ENTRADA EN VIGOR: SEPTIEMBRE 2009

F-CAD-SPE-23-PE-5A-04