

TSU EN DESARROLLO DE NEGOCIOS

HOJA DE ASIGNATURA CON DESGLOSE DE UNIDADES TEMÁTICAS

1. Nombre de la asignatura	Entorno de la Empresa.
2. Competencias	Administrar el proceso de ventas mediante estrategias, técnicas y herramientas adecuadas, para contribuir al desarrollo de la organización. Administrar el proceso de compras y control de suministros a través de las políticas y procedimientos de la organización y técnicas de control de inventarios y almacenamiento, para asegurar su disponibilidad.
3. Cuatrimestre	Primero
4. Horas Prácticas	40
5. Horas Teóricas	20
6. Horas Totales	60
7. Horas Totales por Semana Cuatrimestre	4
8. Objetivo de la Asignatura	El alumno caracterizará el Micro y Macroambiente de la organización, para soportar la toma de decisiones en las transacciones comerciales.

Unidades Temáticas	Horas		
	Prácticas	Teóricas	Totales
I. Introducción al mercado, la empresa y su ambiente.	6	4	10
II. El microambiente de la empresa.	14	6	20
III. El macroambiente de la empresa	20	10	30
Totales	40	20	60

ELABORÓ:

REVISÓ:

APROBÓ: C. G. U. T.

FECHA DE ENTRADA EN VIGOR:

ENTORNO DE LA EMPRESA

UNIDADES TEMÁTICAS

1. Unidad Temática	I.- Introducción al mercado, la empresa y su ambiente.
2. Horas Prácticas	6
3. Horas Teóricas	4
4. Horas Totales	10
5. Objetivo	El alumno integrará los conceptos básicos del mercado y el entorno que influyen en la empresa para contribuir a su proceso de compras y ventas.

Temas	Saber	Saber hacer	Ser
1. Concepto y límites del mercado.	Definir el concepto de mercado y límites del mercado.	Determinar los límites del mercado de acuerdo al producto o servicio de la empresa.	Sistemático Proactivo Analítico Organizado Honesto Responsable.
2. Clasificación del mercado.	Definir los diferentes tipos de mercado según: tipo de comprador, tipo de producto, número de competidores, oferta y demanda y relación de intercambio.	Diferenciar el tipo de mercado de acuerdo al producto o servicio ofrecido por la empresa.	Sistemático Proactivo Analítico Organizado Honesto Responsable

ELABORÓ:

REVISÓ:

APROBÓ: C. G. U. T.

FECHA DE ENTRADA EN VIGOR:

ENTORNO DE LA EMPRESA

Proceso de evaluación		
Resultado de aprendizaje	Secuencia de aprendizaje	Instrumentos y tipos de reactivos
El alumno elaborará un reporte que contenga: las características y límites del mercado, tipo de comprador, tipo de producto, número de competidores, oferta y demanda y relación de intercambio, en el que se ve inmersa la empresa.	<ol style="list-style-type: none">1. Comprender el concepto y límites del mercado2. Identifica los tipos de mercado3. Identificar fuentes de información para el conocimiento del mercado4. Clasifica las empresas de acuerdo a sus características.	<ol style="list-style-type: none">1. Ensayo2. Lista de verificación.

ELABORÓ:

REVISÓ:

APROBÓ: C. G. U. T.

FECHA DE ENTRADA EN VIGOR:

ENTORNO DE LA EMPRESA

Proceso enseñanza aprendizaje	
Métodos y técnicas de enseñanza	Medios y materiales didácticos
1. Método de caso 2. Equipos colaborativos 3. Tareas de investigación	Videos Multimedia Internet Pintarrón Cañón Computadora Impresos.

Espacio Formativo		
Aula	Laboratorio / Taller	Empresa
X		

ELABORÓ:

REVISÓ:

APROBÓ: C. G. U. T.

FECHA DE ENTRADA EN VIGOR:

ENTORNO DE LA EMPRESA

UNIDADES TEMÁTICAS

1. Unidad Temática	II.- El microambiente de la empresa.
2. Horas Prácticas	14
3. Horas Teóricas	6
4. Horas Totales	20
5. Objetivo	El alumno integrará los factores que conforman el microambiente, su importancia e influencia, para la toma de decisiones en la organización.

Temas	Saber	Saber hacer	Ser
1. Clientes	Reconocer el concepto de cliente. Distinguir los diferentes tipos de clientes (internos y externos).	Identificar los clientes internos y externos de una empresa.	Sistemático Proactivo Analítico Organizado Responsable
2. Proveedores	Reconocer el concepto de proveedor y los diferentes tipos de proveedores.(Proveedores de productos y proveedores de servicios, locales y del exterior, fabricantes y distribuidores)	Clasifica los proveedores de una organización.	Sistemático Proactivo Analítico Organizado Honesto Responsable
3. Competidores	Identificar la competencia directa e indirecta de la empresa.	Comparar a la competencia actual y potencial para tener información constante sobre sus puntos fuertes o débiles que pueden constituir oportunidades o amenazas para la empresa.	Sistemático Proactivo Analítico Organizado Honesto Responsable

ELABORÓ:

REVISÓ:

APROBÓ: C. G. U. T.

FECHA DE ENTRADA EN VIGOR:

Temas	Saber	Saber hacer	Ser
4. Públicos de la empresa.	Identificar los diferentes públicos que participan de manera indirecta con la empresa. (Financiero, de medios de comunicación, gubernamental, acción ciudadana, locales, público en general, internos, organismos que inciden en la actividad comercial).	Clasificar los diferentes públicos que intervienen en una empresa	Sistemático Proactivo Analítico Organizado Honesto Responsable
6. Intermediarios.	Reconocer el concepto de mayoristas, minoristas y detallistas.	Diseñar los diferentes tipos de canales de distribución que intervienen en el proceso comercial de una empresa	Sistemático Proactivo Analítico Organizado Honesto Responsable

ELABORÓ:

REVISÓ:

APROBÓ: C. G. U. T.

FECHA DE ENTRADA EN VIGOR:

ENTORNO DE LA EMPRESA

Proceso de evaluación		
Resultado de aprendizaje	Secuencia de aprendizaje	Instrumentos y tipos de reactivos
A partir de un caso dado el alumno elaborará un informe técnico que contenga: Tipos de clientes internos y externos. Proveedores. Competencia directa en indirecta. Organismos que participan con la empresa. Públicos. Intermediarios.	<ol style="list-style-type: none">1. Comprender cada uno de los conceptos que definen el microambiente.2. Analiza la influencia que tiene cada uno de los factores microambientales en la empresa.3. Identifica información relativa a la empresa y su microambiente.4. Integra los elementos microambientales que afectan a la empresa.	<ol style="list-style-type: none">1. Proyecto2. Lista de Cotejo

ELABORÓ:

REVISÓ:

APROBÓ: C. G. U. T.

FECHA DE ENTRADA EN VIGOR:

ENTORNO DE LA EMPRESA

Proceso enseñanza aprendizaje	
Métodos y técnicas de enseñanza	Medios y materiales didácticos
1. Método de casos 2. Tareas de investigación	Publicaciones y normas oficiales Audiovisuales Multimedia Internet Pintarrón Cañón Computadora Manuales organizacionales.

Espacio Formativo		
Aula	Laboratorio / Taller	Empresa
X		

ELABORÓ:

REVISÓ:

APROBÓ: C. G. U. T.

FECHA DE ENTRADA EN VIGOR:

ENTORNO DE LA EMPRESA

UNIDADES TEMÁTICAS

1. Unidad Temática	III.- El Macroambiente de la Empresa
2. Horas Prácticas	20
3. Horas Teóricas	10
4. Horas Totales	30
5. Objetivo	El alumno integrará los factores que conforman el macroambiente, su importancia para aportar elemento a la toma de decisiones en la empresa.

Temas	Saber	Saber hacer	Ser
1. Entorno demográfico.	Relacionar los elementos del entorno demográfico: tamaño de la población, tasas de natalidad y mortalidad, estructura de edad, formación de familias y movimientos de la población.	Diferenciar cuales son los elementos del entorno demográfico que afectan al mercado de la empresa.	Sistemático Proactivo Analítico Organizado Honesto Responsable
3.2 Entorno Económico.	Reconocer los elementos del entorno económico: oferta, demanda, crecimiento, recesión, inflación, desempleo, tasas de interés, política monetaria, fiscal, tipo de cambio, balanza de pagos, PIB, Ingreso per cápita.	Diferenciar cuales son los elementos del entorno económico que afectan al mercado de la empresa.	Sistemático Proactivo Analítico Organizado Honesto Responsable

ELABORÓ:

REVISÓ:

APROBÓ: C. G. U. T.

FECHA DE ENTRADA EN VIGOR:

Temas	Saber	Saber hacer	Ser
3. Entorno Cultural y Social.	Reconocer los elementos del entorno social y cultural como: Cambio en los valores, incorporación de la mujer al trabajo, cambio en las expectativas, cambio en los estilos de vida, tendencias en la educación, factores sociales, grupos sociales, actitudes y comportamiento de uso de los productos y problemas sociales.	Diferenciar cuales son los elementos del entorno social y cultural que afectan al mercado de la empresa.	Sistemático Proactivo Analítico Organizado Honesto Responsable
4. Entorno Legal y Político.	Reconocer los distintos elementos del entorno legal y político: legislación, jurisprudencia, relaciones internacionales, sistema político, relación entre federación y estado, libertades, garantías, grupos de poder.	Analizar cuales son los elementos del entorno legal y político que afectan al mercado de la empresa.	Sistemático Proactivo Analítico Organizado Honesto Responsable
5. Entorno Tecnológico.	Diferenciar los distintos elementos del entorno tecnológico: inventos e innovaciones, tasa de difusión, patentes, investigación y desarrollo.	Analizar cuales son los elementos del entorno tecnológico que afectan al mercado de la empresa.	Sistemático Proactivo Analítico Organizado Honesto Responsable.
6. Ambiente Natural.	Reconocer los distintos elementos del entorno natural: restricciones en materias primas y recursos naturales, asignación de recursos, deterioro del medio ambiente.	Seleccionar los elementos del ambiente natural que afectan al mercado de la empresa.	Sistemático Proactivo Analítico Organizado Honesto Responsable.

ELABORÓ:

REVISÓ:

APROBÓ: C. G. U. T.

FECHA DE ENTRADA EN VIGOR:

ENTORNO DE LA EMPRESA

Proceso de evaluación		
Resultado de aprendizaje	Secuencia de aprendizaje	Instrumentos y tipos de reactivos
A partir de un caso dado el alumno, elaborará un informe técnico que contengan los factores macroambientales que inciden en una empresa: - demográficos - económicos - culturales y sociales - legales y políticos - tecnológicos - del ambiente natural	<ol style="list-style-type: none">1. Comprender cada uno de los conceptos que definen el macroambiente.2. Analiza la influencia que tiene cada uno de los factores macroambientales en la empresa.3. Identifica información relativa a la empresa y su macroambiente.4. Integra los elementos macroambientales que afectan a la empresa.	<ol style="list-style-type: none">1. Proyecto2. Lista de cotejo

ELABORÓ:

REVISÓ:

APROBÓ: C. G. U. T.

FECHA DE ENTRADA EN VIGOR:

ENTORNO DE LA EMPRESA

Proceso enseñanza aprendizaje	
Métodos y técnicas de enseñanza	Medios y materiales didácticos
1. Método de caso 2. Tareas de investigación 3. Equipos colaborativos.	Publicaciones y normas oficiales Audiovisuales Impresos Multimedia Internet Pintarrón Cañón y computadora.

Espacio Formativo		
Aula	Laboratorio / Taller	Empresa
X		

ELABORÓ:

REVISÓ:

APROBÓ: C. G. U. T.

FECHA DE ENTRADA EN VIGOR:

ENTORNO DE LA EMPRESA

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

Capacidad	Criterios de Desempeño
Diagnosticar el desempeño comercial considerando los resultados históricos, internos y externos, para identificar la situación actual de la empresa.	Elabora un reporte diagnóstico en el que describe el comportamiento del mercado y el desempeño de ventas de la empresa con respecto a sus metas.

ELABORÓ:

APROBÓ: C. G. U. T.

REVISÓ:

FECHA DE ENTRADA EN VIGOR:

ENTORNO DE LA EMPRESA

FUENTES BIBLIOGRÁFICAS

Autor	Año	Título del Documento	Ciudad	País	Editorial
Mankiw, G	(2007)	<i>Principios de Economía</i>	Madrid	Madrid	McGraw Hill
Parkin, M	(2004)	<i>Economía</i>	México	México	Addison
Paschoal Rosseti, J	(2002)	<i>Introducción a la Economía</i>	México	México	Oxford University Press
Salvatore, D	(2004)	<i>Microeconomía</i>	México	México	Mc Graw Hill
Hall, R	(2005)	<i>Macroeconomía</i>	México	México	Cengage Learning Editores
Martínez, J.	(2008)	<i>Economía Ecológica y Política Ambiental</i>	México	México	Fondo de Cultura económica
Méndez, J.	(2004)	<i>Fundamentos de Economía</i>	México	México	McGraw Hill

ELABORÓ:

REVISÓ:

APROBÓ: C. G. U. T.

FECHA DE ENTRADA EN VIGOR: