

OPTATIVAS DE CONSOLIDACIÓN



UNIVERSIDAD VERACRUZANA

INSTITUTO DE INVESTIGACIONES Y ESTUDIOS SUPERIORES DE LAS CIENCIAS ADMINISTRATIVAS



COORDINACIÓN DE ESTUDIOS DE POSGRADO PROGRAMA DE ESTUDIO

DATOS GENERALES					
ECONÓMICO-ADMINISTRATIVA		MAESTRÍA EN GESTIÓN DE ORGANIZACIONES		I.I.E.S.C.A.	
ÁREA ACADÉMICA		POSGRADO		ENTIDAD	
2010	OPTATIVA		CONSOLIDACIÓN		
PLAN DE ESTUDIOS	CÓDIGO		ÁREA CURRICULAR		
ANÁLISIS MULTIVARIANTE Y ECONOMETRICO APLICADO					
NOMBRE DE LA EXPERIENCIA EDUCATIVA					
MÉTODOS CUANTITATIVOS					
ACADEMIA POR ÁREA DE CONOCIMIENTO					
F07 ESTADÍSTICA APLICADA A LA ADMINISTRACIÓN					
REQUISITOS					
CURSO	3	45	6		
MODALIDAD	HORAS /SEMANA/MES	TOTAL DE HORAS	CRÉDITOS		
MAYO/2012					
FECHA DE ELABORACIÓN	FECHA DE APROBACIÓN	FECHA DE LA ÚLTIMA MODIFICACIÓN			
ROGELIO LADRÓN DE GUEVARA CORTÉS, ROSA MARINA MADRID PAREDONES.					
NOMBRE DE LOS ACADÉMICOS QUE PARTICIPARON EN LA ELABORACIÓN DEL PROGRAMA					
NOMBRE DE LOS ACADÉMICOS QUE PARTICIPARON EN LA MODIFICACIÓN DEL PROGRAMA					

I. INTRODUCCIÓN

El curso comprende métodos de dependencia e interdependencia del análisis multivariante, así como metodologías para el perfeccionamiento en la aplicación de técnicas de análisis econométrico, aplicadas a la administración para la toma de decisiones y a la investigación.

II. FUNDAMENTACIÓN

Este curso representa la continuación de los contenidos temáticos básicos de análisis multivariante y econométrico tratados en el curso de Estadística aplicada a la administración. Los alumnos interesados en profundizar en estas áreas, o bien que necesiten aplicar este tipo de técnicas en su investigación encontrarán en esta experiencia educativa optativa, los elementos necesarios para cumplir estos objetivos.

III. OBJETIVOS GENERALES

Al finalizar este curso, el alumno estará capacitado para:

1. Aplicar métodos multivariantes de dependencia e interdependencia para la toma de decisiones o la investigación en el contexto del área económico administrativa.
2. Aplicar de manera apropiada los métodos básicos del análisis econométrico para la toma de decisiones o la investigación en el contexto del área económico administrativa.
3. Manejar software de análisis multivariante y econométrico para brindar soluciones en el contexto de las organizaciones, así como para proporcionar evidencia empírica objetiva que fundamenten las investigaciones realizadas.

IV. ARTICULACIÓN CON LOS EJES

El alumno adquiere los conocimientos básicos (eje teórico) necesarios para entender las técnicas del análisis multivariante y econométrico, mediante la aplicación práctica (eje heurístico) de los mismos utilizando software de análisis cuantitativo especializado, en las cuáles aprende a realizar estas actividades bajo criterios de valores universales (eje axiológico).

V. UNIDADES DE COMPETENCIA

1. Análisis Cluster.
 - 1.1. Introducción.
 - 1.2. Supuestos.
 - 1.3. Pruebas preliminares.
 - 1.4. Aplicaciones prácticas.
 - 1.5. Evaluación de los modelos.
 - 1.6. Interpretación de resultados.
2. Análisis Discriminante.
 - 2.1. Introducción.
 - 2.2. Supuestos.

- 2.3. Pruebas preliminares.
 - 2.4. Aplicaciones prácticas.
 - 2.5. Evaluación de los modelos.
 - 2.6. Interpretación de resultados.
3. Análisis de la Varianza y de la Covarianza (MANOVA Y MANCOVA).
 - 3.1. Introducción.
 - 3.2. Supuestos.
 - 3.3. Pruebas preliminares.
 - 3.4. Aplicaciones prácticas.
 - 3.5. Evaluación de los modelos.
 - 3.6. Interpretación de resultados.
4. Modelo de regresión lineal múltiple con restricciones lineales.
 - 4.1. Pruebas de diagnóstico.
 - 4.2. Aplicaciones prácticas.
 - 4.3. Evaluación de los modelos.
 - 4.4. Interpretación de los resultados.
5. Modelo de regresión lineal múltiple con perturbación heteroscedástica.
 - 5.1. Pruebas de diagnóstico.
 - 5.2. Aplicaciones prácticas.
 - 5.3. Evaluación de los modelos.
 - 5.4. Interpretación de los resultados.
6. Modelo de regresión lineal múltiple con perturbación autocorrelacionada.
 - 6.1. Pruebas de diagnóstico.
 - 6.2. Aplicaciones prácticas.
 - 6.3. Evaluación de los modelos.
 - 6.4. Interpretación de los resultados.

VI. ESTRATEGIAS METODOLÓGICAS

Enseñanza

- Exposición de los temas.
- Realización de ejercicios donde se apliquen las técnicas aprendidas, se interpreten los resultados y se analicen sus implicaciones en la toma de decisiones de las organizaciones, así como sus aplicaciones a la investigación.

Aprendizaje

- Uso de software cuantitativo especializado para el análisis multivariante y econométrico.
- Lectura de bibliografía.
- Resolución de ejercicios.
- Trabajo en equipo.
- Investigación de temas asignados por el profesor.
- Participación en debates.

VII. APOYOS DIDÁCTICOS

- Software de análisis cuantitativo especializado: Excel, SPSS, STATA, S-PLUS, E-VIEWS, MATLAB.
- Recursos de cómputo multimedia.

VIII. EVALUACIÓN DEL DESEMPEÑO

TÉCNICAS	CRITERIOS	PORCENTAJE
Exámenes parciales	1. Suficiencia.	50 %
Resolución de problemas y casos	2. Pertinencia.	20 %
Tareas e investigaciones	3. Coherencia.	20 %
Participaciones en clase	4. Oportunidad.	10 %
	5. Racionalidad.	100 %
	6. Viabilidad.	
	7. Cobertura.	
	8. Eficiencia.	
	9. Fluidez.	
	10. Claridad.	

IX. REFERENCIAS

- Chatfield, C., Collins, A. (1980). *Introduction to multivariate analysis*. London: Chapman and Hall.
- Fabris, J. (2010). *Econometría financiera. Modelos y pronósticos. Utilizando QMA EViews*. Argentina: Omicron.
- Greene, W. (2008). *Econometric Analysis*. 7a ed. New Jersey: Prentice Hall.
- Gujarati, D. (2010). *Econometría*. 5a ed. México: Mcgraw Hill.
- Hair, J., Anderson, R., Tatham, R., Black, W. (2004). *Análisis multivariante*, 5a ed. Madrid: Pearson Prentice-Hall.
- Johnson, R., Wichern, D. (1992). *Applied Multivariate Statistical Analysis*. London: Prentice-Hall.
- Kennedy, P. (2003). *A Guide to Econometrics*. 5a. ed. USA: The MIT Press.
- Ladrón de Guevara, R., & S. Torra (2008). 'Asset-Pricing Model APT (Arbitrage Pricing Theory) on the Mexican Stock Exchange: extraction methods of pervasive systematic risk factors.' In: P. Koveos (Ed.), *Investment in a Global Economy: its Environment, Finance, and Economics*, 85-96. Athens, Greece: ATINER. ISBN: 968-960-8872-36-1.
- Ladrón de Guevara, R., & S. Torra (2010). 'Multivariate analysis techniques for extracting pervasive systematic risk factors. Empirical contrast of the Arbitrage Pricing Theory on the Mexican Stock Exchange' *Memorias en extenso del XIV Congreso Internacional de Investigación en*

Ciencias Administrativas. Academia de Ciencias Administrativa. Monterrey, México: ITESM.
ISBN: 978-607-501-009-0.

Peña, D. (2002). *Análisis de datos multivariantes.* Madrid: McGraw-Hill.

Uriel, E., Aldás, J. (2005). *Análisis multivariante aplicado.* Madrid: Thomson.

Valderrey, P. (2010). *SPSS 17. Extracción del conocimiento a partir del análisis de datos.* México:
Alfaomega Ra-Ma.

Visauta, B., Martori, J. (2003). *Análisis Estadístico con SPSS para Windows. V. II Estadística
Multivariante.* Madrid: McGraw- Hill.



UNIVERSIDAD VERACRUZANA

INSTITUTO DE INVESTIGACIONES Y ESTUDIOS SUPERIORES DE LAS CIENCIAS ADMINISTRATIVAS



COORDINACIÓN DE ESTUDIOS DE POSGRADO PROGRAMA DE ESTUDIO

DATOS GENERALES					
ECONÓMICO-ADMINISTRATIVA		MAESTRÍA EN GESTIÓN DE ORGANIZACIONES		I.I.E.S.C.A.	
ÁREA ACADÉMICA		POSGRADO		ENTIDAD	
2010	OPTATIVA	CONSOLIDACIÓN			
PLAN DE ESTUDIOS	CÓDIGO	ÁREA CURRICULAR			
CRISIS Y MERCADOS FINANCIEROS INTERNACIONALES					
NOMBRE DE LA EXPERIENCIA EDUCATIVA					
FINANZAS Y ECONOMÍA					
ACADEMIA POR ÁREA DE CONOCIMIENTO					
F06 CONTABILIDAD PARA LA TOMA DE DECISIONES					
REQUISITOS					
CURSO	3	45	6		
MODALIDAD	HORAS /SEMANA/MES	TOTAL DE HORAS	CRÉDITOS		
MAYO/2012					
FECHA DE ELABORACIÓN	FECHA DE APROBACIÓN	FECHA DE LA ÚLTIMA MODIFICACIÓN			
ROGELIO LADRÓN DE GUEVARA CORTÉS, ROSA MARINA MADRID PAREDONES.					
NOMBRE DE LOS ACADÉMICOS QUE PARTICIPARON EN LA ELABORACIÓN DEL PROGRAMA					
NOMBRE DE LOS ACADÉMICOS QUE PARTICIPARON EN LA MODIFICACIÓN DEL PROGRAMA					

I. INTRODUCCIÓN

El curso permite conocer los fundamentos de los distintos mercados financieros bursátiles y extrabursátiles nacionales e internacional, desde un enfoque dinámico e interactivo basado en la realidad de acuerdo a la evolución diaria de los mismos y en el uso de plataformas de simulación basadas en computadora. Así mismo, proporciona los elementos necesarios para que el alumno sea capaz de comprender las causas y efectos de las crisis financieras internacionales que le ayudarán a interpretar la información económica-financiera real para la toma de decisiones de inversión en los distintos mercados bursátiles; y fomenta la cultura financiera y bursátil para el mejor manejo de los recursos tanto en las organizaciones como en las finanzas personales.

II. FUNDAMENTACIÓN

El Maestro en Gestión de Organizaciones como profesional y consultor en el contexto de globalización actual en que se vive, necesita conocer los elementos fundamentales del campo de los mercados financieros, debido a su fuerte relación con los efectos de las crisis financieras y económicas. Estas temáticas son de gran importancia para entender el contexto y funcionamiento actual de las finanzas internacionales, que afectan directa e indirectamente las actividades de todos los sectores de la economía y las organizaciones. Es necesario que se cuente con una formación más completa en el área de finanzas bursátiles para comprender el impacto que los movimientos en los mercados financieros y sus principales indicadores, pueden tener en las operaciones de las empresas.

III. OBJETIVOS GENERALES

Al finalizar este curso, el alumno estará capacitado para:

1. Conocer los fundamentos del funcionamiento de los mercados financieros bursátiles desde un enfoque dinámico e interactivo y basado en la realidad de acuerdo a la evolución de los mismos.
2. Conocer los distintos instrumentos de inversión que ofrecen los mercados bursátiles en sus tres categorías básicas: deuda, capitales y derivados, operando con ellos en una plataforma de simulación.
3. Entender las causas y efectos de las crisis financieras más recientes y su influencia en la interpretación de la información económica-financiera real para la toma de decisiones de inversión en los distintos mercados bursátiles.
4. Fomentar la cultura financiera y bursátil para el mejor manejo de los recursos tanto en las organizaciones como en las finanzas personales.

IV. ARTICULACIÓN CON LOS EJES

El alumno adquiere los conocimientos básicos (eje teórico) necesarios para entender el funcionamiento de los mercados financieros bursátiles, mediante la aplicación práctica (eje heurístico) de los mismos utilizando plataformas de simulación basadas en computadora en un contexto real, en las cuáles aprende a realizar estas actividades bajo criterios de valores universales (eje axiológico).

V. UNIDADES DE COMPETENCIA

1. Crisis financieras y burbujas especulativas
 - 1.1. Crisis de las punto com
 - 1.2. Crisis “Ninja”
 - 1.3. Crisis de deuda pública europea
2. Taxonomía de los mercados financieros
 - 2.1. Por tipo de instrumento
 - 2.2. Por grado de organización
 - 2.3. Por tipo de instancia
 - 2.4. Otras clasificaciones
3. Prácticas bursátiles en los mercados de contado
 - 3.1. Mercados de capitales
 - 3.2. Mercado de títulos de deuda
 - 3.3. Mercado de divisas (FOREX)
 - 3.4. Mercado de commodities
4. Prácticas bursátiles en los mercados de derivados
 - 4.1. Mercados over the counter (OTC)
 - 4.2. Mercados organizados
5. Análisis Bursátil
 - 5.1. Análisis Fundamental
 - 5.2. Análisis Técnico
 - 5.3. Análisis Estadístico Bursátil
 - 5.4. Behavioral Finance

VI. ESTRATEGIAS METODOLÓGICAS

Enseñanza

- En general se utilizará una metodología dinámica, interactiva y práctica en la que los temas a tratar se irán abordando no en un orden específico tradicional, sino aprendiéndolos en el contexto real de los acontecimientos financieros diarios y utilizando simuladores de bolsa basados en computadora, tanto on-line como off-line.
- Realización de ejercicios donde se apliquen las técnicas aprendidas, se interpreten los resultados y se analicen sus implicaciones en la toma de inversión, así como sus aplicaciones a la investigación.

Aprendizaje

- Uso de simuladores de Bolsa basados en computadora.
- Utilización de plataformas de información financiera bursátil y de operación en bolsa (trading on-line).
- Aplicación de software especializado de análisis bursátil.

- Lectura de bibliografía.
- Resolución de ejercicios.
- Trabajo en equipo.
- Investigación de temas asignados por el profesor.
- Participación en debates.

VII. APOYOS DIDÁCTICOS

- Simuladores bursátiles basados en computadora: Blink & Play, Accigame, Wall Street Trader, Day Trader.
- Software especializado de análisis bursátil: METASTOCK, BLOOMBERG, REUTERS, ECONOMATICA.
- Plataformas de trading on-line: Accitrade, Bursatec, Blink Trader, Cetes Directo.
- Software de análisis cuantitativo especializado: Excel, SPSS, STATA, S-PLUS, E-VIEWS, MATLAB.
- Aplicaciones financieras para teléfonos móviles.
- Calculadoras financieras on-line y digitales.
- Películas y documentales sobre las crisis financieras.
- Recursos de cómputo multimedia.

VIII. EVALUACIÓN DEL DESEMPEÑO

TÉCNICAS	CRITERIOS	PORCENTAJE
Exámenes parciales	1. Suficiencia.	50 %
Resolución de problemas y casos	2. Pertinencia.	20 %
Tareas e investigaciones	3. Coherencia.	20 %
Participaciones en clase	4. Oportunidad.	10 %
	5. Racionalidad.	100 %
	6. Viabilidad.	
	7. Cobertura.	
	8. Eficiencia.	
	9. Fluidez.	
	10. Claridad.	

IX. REFERENCIAS

- Abadía, L. (2009) *La crisis ninja y otros misterios de la Economía actual*. Madrid: Espasa-Calpe
- Adam, J. (2011). *Análisis Bursátil*. México: IMCP.
- Adserà, X., Viñolas, P. (2000). *Principios de valoración de empresas*. España: Ediciones Deusto.
- Amat. O. (2009). *Euforia y Pánico: Aprendiendo de las burbujas*. 3ª ed. Barcelona: Profit Editorial.
- Ayala, G., Becerril, B. (2011). *Finanzas Bursátiles*. México: IMCP.
- Benninga, S. (2000). *Financial Modeling*. Cambridge: The MIT Press.

- Elvira, O., Puig, X. (2001). *Análisis Técnico Bursátil*. 8ª ed. Barcelona: Gestión 2000.
- Eichengreen, B. (2010). *Qué hacer en las Crisis Financieras*. México: Fondo de Cultura Económica.
- Grinblatt, M., Titman, S. (2002). *Financial Markets and Corporate Strategy*. 2nd ed. USA: McGraw-Hill.
- Krugman, P. (2011). *La crisis económica mundial*. México: De bolsillo.
- Menéndez, E. (2002) *250 frases y experiencias sobre las Bolsas de Valores*. España: Gestión 2000.
- Monks, R. (2011). *Corporate Valuation for Portfolio Investment*. Hoboken: Wiley-Bloomberg Press.
- Morales, A. (2001). *Economía y toma de decisiones financieras de inversión*. México: Gasca Sicco.
- Morales, A., Morales, J. (2002). *Respuestas rápidas para los financieros*. México: Prentice Hall.
- Murphy, J. (2000). *Análisis Técnico de los Mercados Financieros*. Barcelona: Gestión 2000.
- Reuters. (2001). *Curso sobre bolsa. The Reuters Financial Training Series*. España: Gestión 2000.
- Reuters. (2001). *Curso sobre derivados. The Reuters Financial Training Series*. España: Gestión 2000.
- Reuters. (2001). *Curso sobre títulos de deuda. The Reuters Financial Training Series*. España: Gestión 2000.
- Reuters. (2000). *Glosario de Términos Financieros Reuters*. España: Prentice Hall.
- Reilly, F., Brown, K. (2006). *Investment Analysis and Portfolio Management*. 8th ed. Canada: Thomson South-Western.
- Rey, S., Armango, D., García, J., Rodríguez, M. *A Practical Guide to Investment Valuation*. Argentina: Omicron Editorial.
- Sánchez, L., Núñez, C. (2000). *Invierta con éxito en la Bolsa de Valores. Utilice el análisis técnico*. México: Prentice Hall.
- Soros, G. (2008). *El nuevo paradigma de los mercados*. México: Taurus Ediciones.
- The Financial Crisis Inquiry Commission (2011). *The Financial Crisis Inquiry Report*. U.S. Government Printing Office Official Government Edition Author1 F., F. Author2 (2004) Title of Paper, Journal name 11 (1): 120-130.



UNIVERSIDAD VERACRUZANA

INSTITUTO DE INVESTIGACIONES Y ESTUDIOS SUPERIORES DE LAS CIENCIAS ADMINISTRATIVAS



COORDINACIÓN DE ESTUDIOS DE POSGRADO PROGRAMA DE ESTUDIO

DATOS GENERALES					
ECONÓMICO-ADMINISTRATIVA		MAESTRÍA EN GESTIÓN DE ORGANIZACIONES		I.I.E.S.C.A.	
ÁREA ACADÉMICA		POSGRADO		ENTIDAD	
2010	OPTATIVA		CONSOLIDACIÓN		
PLAN DE ESTUDIOS	CÓDIGO		ÁREA CURRICULAR		
MODELOS PARA LA TOMA DE DECISIONES					
NOMBRE DE LA EXPERIENCIA EDUCATIVA					
MÉTODOS CUANTITATIVOS					
ACADEMIA POR ÁREA DE CONOCIMIENTO					
F07 ESTADÍSTICA APLICADA A LA ADMINISTRACIÓN					
REQUISITOS					
CURSO	3	45	6		
MODALIDAD	HORAS /SEMANA/MES	TOTAL DE HORAS	CRÉDITOS		
AGOSTO/2008			MAYO/2012		
FECHA DE ELABORACIÓN	FECHA DE APROBACIÓN	FECHA DE LA ÚLTIMA MODIFICACIÓN			
BEATRIZ MENESES AGUIRRE, BERNARDO DOMÍNGUEZ ZARATE, ADOLFO FERNÁNDEZ TORRES					
NOMBRE DE LOS ACADÉMICOS QUE PARTICIPARON EN LA ELABORACIÓN DEL PROGRAMA					
ROGELIO LADRÓN DE GUEVARA CORTÉS, ROSA MARINA MADRID PAREDONES					
NOMBRE DE LOS ACADÉMICOS QUE PARTICIPARON EN LA MODIFICACIÓN DEL PROGRAMA					

I. INTRODUCCIÓN

El curso comprende modelos matemáticos y herramientas informáticas que servirán de apoyo para la toma de decisiones en el ámbito de las organizaciones de una manera objetiva, basada en resultados cuantitativos.

II. FUNDAMENTACIÓN

El Maestro en Gestión de Organizaciones necesita contar con los conocimientos acerca de modelos matemáticos y herramientas informáticas que le permitan tomar decisiones de manera objetiva en distintas áreas de la administración o dirección de una empresa. Igualmente el carácter instrumental de esta experiencia educativa brinda a los estudiantes elementos útiles para el desarrollo de investigaciones cuantitativas.

III. OBJETIVOS GENERALES

Al finalizar este curso, el alumno estará capacitado para:

1. Aplicar métodos matemáticos para la toma de decisiones o la investigación en el contexto del área económico administrativa.
2. Manejar software de análisis cuantitativo para proporcionar elementos objetivos para la toma de decisiones en el contexto de las organizaciones, así como para proporcionar evidencia empírica objetiva que fundamenten las investigaciones realizadas.

IV. ARTICULACIÓN CON LOS EJES

El alumno adquiere los conocimiento básicos (eje teórico) necesarios para entender modelos matemáticos para la toma de decisiones, mediante la aplicación práctica (eje heurístico) de los mismos utilizando software de análisis cuantitativo especializado, en las cuales aprende a realizar estas actividades bajo criterios de valores universales (eje axiológico).

V. UNIDADES DE COMPETENCIA

1. Teoría de decisiones
 - 1.1. Proceso decisorio
 - 1.2. Clasificación de los procesos de decisión
 - 1.3. Cubos de decisión
2. Decisiones bajo certidumbre
 - 2.1. Teoría de juegos
 - 2.2. Análisis ABC de Costos

3. Decisiones bajo riesgo
 - 3.1. Tabla de decisión con utilidades
 - 3.2. Función de utilidad
 - 3.3. Árboles de decisión

4. Decisiones bajo incertidumbre
 - 4.1. Métodos de resolución
 - 4.2. Criterio Maximin
 - 4.3. Criterio Maximax
 - 4.4. Minimización de arrepentimiento
 - 4.5. Criterio de Laplace

VI. ESTRATEGIAS METODOLÓGICAS

Enseñanza

- Exposición de los temas.
- Realización de ejercicios utilizando software de análisis cuantitativo donde se apliquen las técnicas aprendidas, se interpreten los resultados y se analicen sus implicaciones en la toma de decisiones de las organizaciones.

Aprendizaje

- Uso de software cuantitativo especializado para el análisis cuantitativo y la toma de decisiones.
- Lectura de bibliografía.
- Resolución de ejercicios.
- Trabajo en equipo.
- Investigación de temas asignados por el profesor.
- Participación en debates.

VII. APOYOS DIDÁCTICOS

- Software de análisis cuantitativo especializado: Excel, SPSS, STATA, S-PLUS, E-VIEWS, MATLAB.
- Recursos de cómputo multimedia.

VIII. EVALUACIÓN DEL DESEMPEÑO

TÉCNICAS	CRITERIOS	PORCENTAJE
Exámenes parciales	1. Suficiencia.	50 %
Resolución de problemas y casos	2. Pertinencia.	20 %
Tareas e investigaciones	3. Coherencia.	20 %
Participaciones en clase	4. Oportunidad.	10 %
	5. Racionalidad.	100 %
	6. Viabilidad.	
	7. Cobertura.	
	8. Eficiencia.	
	9. Fluidez.	
	10. Claridad.	

IX. REFERENCIAS

Bacchini, R., Matsuda, F., et al. (2008). *Modelos financieros utilizando Microsoft Excel*. Argentina: Omicron.

Benninga, S. (2008). *Financial Modeling*. 3a. edición. England: The MIT Press.

Marqués, F. (2009). *Modelos para la economía y la empresa a través de Excel*. México: Alfaomega.

Marqués, F. (2010). *Modelos financieros a través de Excel*. México: Alfaomega.

Rodríguez, M, García, J. (2008). *Herramientas para la Toma de Decisiones con Microsoft® Excel: Herramientas Informáticas para la Empresa*. Argentina: Omicron.



UNIVERSIDAD VERACRUZANA

INSTITUTO DE INVESTIGACIONES Y ESTUDIOS SUPERIORES DE LAS CIENCIAS ADMINISTRATIVAS



COORDINACIÓN DE ESTUDIOS DE POSGRADO

PROGRAMA DE ESTUDIO

DATOS GENERALES			
ECONÓMICO-ADMINISTRATIVA		MAESTRÍA EN GESTIÓN DE ORGANIZACIONES	
I.I.E.S.C.A.			
ÁREA ACADÉMICA		POSGRADO	
ENTIDAD			
2010		CONSOLIDACIÓN	
PLAN DE ESTUDIOS	CÓDIGO	ÁREA CURRICULAR	
PROYECTOS DE INVERSIÓN COMO ESTRATEGIA EMPRESARIAL			
NOMBRE DE LA EXPERIENCIA EDUCATIVA			
FINANZAS Y ECONOMÍA			
ACADEMIA POR ÁREA DE CONOCIMIENTO			
F09 MARCO LEGAL DE LAS ORGANIZACIONES; F06 CONTABILIDAD PARA DECISIONES; F08 ADMINISTRACIÓN ESTRATÉGICA; F02 ECONOMÍA DE LA EMPRESA			
REQUISITOS			
CURSO	3	45	6
MODALIDAD	HORAS /SEMANA/MES	TOTAL DE HORAS	CRÉDITOS
SEPTIEMBRE/2008		MAYO/2012	
FECHA DE ELABORACIÓN	FECHA DE APROBACIÓN	FECHA DE LA ÚLTIMA MODIFICACIÓN	
FRANCISCO J. MELÉNDEZ HERNÁNDEZ, JORGE RAMÍREZ JUAREZ, DANIEL A. OLIVERA GÓMEZ			
NOMBRE DE LOS ACADÉMICOS QUE PARTICIPARON EN LA ELABORACIÓN DEL PROGRAMA			
JORGE RAMÍREZ JUAREZ, DANIEL ARMANDO OLIVERA GÓMEZ			
NOMBRE DE LOS ACADÉMICOS QUE PARTICIPARON EN LA MODIFICACIÓN DEL PROGRAMA			

I. INTRODUCCIÓN

El curso tiene carácter formativo y de aplicación práctica. Está orientado al análisis de los aspectos relacionados con la formulación y evaluación de proyectos de diversa índole en especial los concernientes a la conveniencia de realizar inversiones en cualquier tipo de organización. El contenido se basa en una metodología que permite transmitir y aplicar conocimientos para la toma de decisiones en las distintas fases de integración de un proyecto.

II. FUNDAMENTACIÓN

Este curso le permitirá al estudiante adquirir conocimientos teóricos y prácticos lo que le posibilitará elaborar nuevos proyectos, analizar proyectos existentes y participar en la toma de decisiones de inversión.

III. OBJETIVOS GENERALES

Al finalizar este curso, el alumno estará capacitado para:

- a) Relacionar los elementos teóricos de la formulación y evaluación de proyectos.
- b) Discriminar, acopiar y analizar la información que es útil en cada fase del proyecto.
- c) Integrar un documento básico que permita medir la viabilidad, factibilidad y rentabilidad del proyecto.
- d) Con base en lo anterior el proyectista podrá decidir y en su caso sugerirlos elementos que permitan la implantación o la mejora del proyecto que se trate.

IV. ARTICULACIÓN CON LOS EJES

Con el desarrollo del primer objetivo, el estudiante estará cumpliendo el eje teórico, con los dos siguientes objetivos cubrirá el eje heurístico orientándolo a la satisfacción de necesidades a través de la formulación y evaluación de un proyecto; el último objetivo cumple con el eje axiológico, mediante el uso que el estudiante hará de la información para decidir por su cuenta, si él fuera el emprendedor, o bien, sugerir si fuese el consultor.

Con lo anterior, se cumple con la articulación de los tres ejes, desarrollando en el estudiante sus capacidades integrales del saber, del saber hacer y del crecimiento personal y social.

V. UNIDADES DE COMPETENCIA

1. Fundamentos de los proyectos
 - 1.1. Proceso de la planeación y desarrollo
 - 1.2. Definición de proyecto
 - 1.3. Características
 - 1.4. Ciclo de vida
 - 1.5. Tipos.
 - 1.6. Contenido de un proyecto
2. Análisis del mercado

- 2.1. 2.1 Análisis de la materia prima y los productos
 - 2.2. 2.2 Mercado y competencia
 - 2.3. 2.3 Precios y comercialización
3. Análisis técnico
 - 3.1. Elementos del análisis
 - 3.2. Tamaño y locación de la empresa.
 - 3.3. Proceso productivo.
 - 3.4. Instalación y operación.
 - 3.5. Análisis administrativo.
 - 3.6. Planeación estratégica
 - 3.7. Diseño de la estructura funcional
 4. Análisis legal, social y ambiental
 - 4.1. Estructura legal.
 - 4.2. Estudio de impacto social del proyecto
 - 4.3. Estudio de impacto ambiental del proyecto.
 5. Análisis financiero
 - 5.1. Inversión y financiamiento.
 - 5.2. Presupuesto de ingresos y gastos.
 - 5.3. Estados pro forma.
 - 5.4. Análisis costo-volumen-utilidad.
 6. Evaluación económica y social
 - 6.1. Flujos de efectivo.
 - 6.2. Evaluación privada.
 - 6.3. Evaluación social.
 - 6.4. Evaluación con financiamiento
 - 6.5. Evaluación dinámica
 - 6.6. Evaluación estática

VI. ESTRATEGIAS METODOLÓGICAS

Enseñanza

- Exposición de temas.
- Análisis grupal de problemas y casos.
- Aplicación de procesos de formulación y evaluación de proyectos en empresas reales.

Aprendizaje

- Lectura de bibliografía.
- Resolución de ejercicios.
- Trabajo en equipo.
- Investigación de temas asignados por el profesor.
- Participación en discusiones.

VII. APOYOS DIDÁCTICOS

- Equipo de cómputo y multimedia, proyector, video tutoriales, material didáctico, antología, plan de trabajo, presentación en diapositivas electrónicas, pintarrón, marcadores, borrador, procesador de texto, datos y software especializado

VIII. EVALUACIÓN DEL DESEMPEÑO

TÉCNICAS.	CRITERIOS.	PORCENTAJE.
Exámenes escritos	Teórico	20 %
Análisis y desarrollo de información para formular un proyecto	Heurístico	30 %
Trabajo práctico de Evaluación de Proyectos	Heurístico-Axiológico	50 %
Total		100 %

IX. REFERENCIAS

- Baca Urbina Álvarez, Guillermo (2002). *Evaluación de proyectos*. McGraw Hill. México.
- Cleland David I., (2006). *Project Management: strategic design and implementation*. Edit Mc Graw-Hill.
- Coss Bu, Raúl (2000). *Análisis y evaluación de proyectos de inversión*. Limusa. México.
- Domingo Ajenjo, Alberto (2005). *Dirección y gestión de proyectos*. Alfa Omega. México.
- Fontaine, Ernesto (1997). *Evaluación social de proyectos*. Ediciones Universidad Católica de Chile. Chile.
- Graham, Robert (1999). *Administración de proyectos exitosos*. Prentice Hall. México.
- Lock Dennis (2007). *Project Management*. Edit. Gower, USA.
- Sapag Chain, Nassir y Sapag Chain Reynaldo (1990). *Preparación y evaluación de proyectos*. McGraw Hill. Colombia.



UNIVERSIDAD VERACRUZANA

INSTITUTO DE INVESTIGACIONES Y ESTUDIOS SUPERIORES DE LAS CIENCIAS ADMINISTRATIVAS



COORDINACIÓN DE ESTUDIOS DE POSGRADO PROGRAMA DE ESTUDIO

DATOS GENERALES				
ECONÓMICO-ADMINISTRATIVA		MAESTRÍA EN GESTIÓN DE ORGANIZACIONES		I.I.E.S.C.A.
ÁREA ACADÉMICA		POSGRADO		ENTIDAD
2010	OPTATIVA	CONSOLIDACIÓN		
PLAN DE ESTUDIOS	CÓDIGO	ÁREA CURRICULAR		
PLANEACIÓN FISCAL				
NOMBRE DE LA EXPERIENCIA EDUCATIVA				
FINANZAS Y ECONOMÍA				
ACADEMIA POR ÁREA DE CONOCIMIENTO				
F09 MARCO LEGAL DE LAS ORGANIZACIONES; F06 CONTABILIDAD PARA DECISIONES;				
REQUISITOS				
CURSO	3	45	6	
MODALIDAD	HORAS /SEMANA/MES	TOTAL DE HORAS	CRÉDITOS	
SEPTIEMBRE/2011		MAYO/2012		
FECHA DE ELABORACIÓN	FECHA DE APROBACIÓN	FECHA DE LA ÚLTIMA MODIFICACIÓN		
LUIS ALBERTO DELFÍN BELTRÁN, DANIEL OLIVERA GÓMEZ				
NOMBRE DE LOS ACADÉMICOS QUE PARTICIPARON EN LA ELABORACIÓN DEL PROGRAMA				
LUIS ALBERTO DELFÍN BELTRÁN, DANIEL OLIVERA GÓMEZ				
NOMBRE DE LOS ACADÉMICOS QUE PARTICIPARON EN LA MODIFICACIÓN DEL PROGRAMA				

I. INTRODUCCIÓN

Es muy importante contar con una formación sólida para asesorar a las empresas en el campo de los impuestos para que puedan sentar las bases de su crecimiento a largo plazo, así como fiscal financiera. Esta formación le permite al estudiante tener los conocimientos especializados para analizar y evaluar el planteamiento de problemas y necesidades en materia impositiva, así como desarrollar estrategias de planeación fiscal financiera.

II. FUNDAMENTACIÓN

Esta experiencia educativa de consolidación proporciona a los estudiantes los conocimientos y habilidades en materia tributaria, particularmente en el área fiscal, para que se conviertan en asesores capaces de evaluar y planificar las necesidades impositivas de las actividades privadas o públicas.

Asimismo esta materia le dará las bases al estudiante para aplicar y analizar el objeto de estudio de la materia fiscal tanto federal como estatal y municipal de México, aplicable a las personas físicas y morales tanto en su ámbito nacional como internacional, con un sentido ético y profesional, utilizando las herramientas necesarias aplicables, realizando para lograrlo su estudio teórico y práctico, haciendo énfasis en la pequeña y mediana empresa mexicana, identificando en la realidad de nuestro entorno las diferentes relaciones del sujeto pasivo con el sujeto activo.

III. OBJETIVOS GENERALES

Al finalizar este curso, el alumno estará capacitado para:

- a) Realizar funciones de consultoría y asesoría en materia fiscal a organizaciones, personas físicas y morales a través de la aplicación de los conocimientos teórico-prácticos que le permiten lograr el dominio, habilidad, comprensión e interpretación del sistema fiscal mexicano.
- b) Desarrollar habilidades que contribuyan al diseño y la planeación fiscal de una empresa con programas y estrategias legales y fiscales.
- c) Abordar los problemas del ámbito impositivo de los contribuyentes y los inherentes al sector gubernamental para que, actuando con sentido ético y responsabilidad social, contribuyan a darles solución eficaz e integral, en el contexto de los cambios que se den en el país.

IV. ARTICULACIÓN CON LOS EJES

La adquisición del conocimiento específico, determinará el logro del cumplimiento del Eje Teórico mientras que su aplicación a los casos específicos determinará el logro del cumplimiento del Eje Heurístico, mientras que la contrastación con la realidad nacional, internacional y global

determinará el cumplimiento del Eje Axiológico, al señalar cómo afectan las semejanzas o diferencias en valores el cumplimiento de los objetivos de las empresas.

Con lo anterior, se cumple con la articulación de los tres ejes, desarrollando en el alumno sus capacidades integrales del saber, del saber hacer y del crecimiento personal y social.

V. UNIDADES DE COMPETENCIA

1. Derecho Fiscal

- 1.1. Antecedentes y generalidades
- 1.2. Jerarquía de las Leyes
- 1.3. Marco Fiscal Mexicano

2. Código Fiscal de la Federación

- 2.1. Disposiciones Generales
- 2.2. Derechos y Obligaciones de los Contribuyentes
- 2.3. Facultades de las Autoridades Fiscales
- 2.4. Infracciones y Delitos Fiscales
- 2.5. Medios de Defensa Fiscal
- 2.6. Teoría del Delito

3. Leyes Fiscales

- 3.1. LIVA
- 3.2. LISR
- 3.3. LIETU
- 3.4. LIDE
- 3.5. LIESPS
- 3.6. LSS
- 3.7. LINFONAVIT

4. Planeación

- 4.1. Política fiscal
- 4.2. Utilidades / Impuesto y seguridad social

5. Tópicos Fiscales

- 5.1. Asociación en Participación
- 5.2. Sociedades Cooperativas
- 5.3. Consolidación Fiscal
- 5.4. Regímenes Fiscales Preferentes y Empresas Multinacionales
- 5.5. Fusión y Escisión de las Sociedades
- 5.6. Impuestos Diferidos
- 5.7. Enajenación de Acciones
- 5.8. Tratamiento Fiscal de la Empresas Maquiladoras

VI. ESTRATEGIAS METODOLÓGICAS

Enseñanza

- Exposición de temas.
- Desarrollo de aspectos de interés particular
- Ejemplificación de casos prácticos.

Aprendizaje

- Lectura de bibliografía.
- Resolución de ejercicios.
- Trabajo en equipo.
- Investigación de temas asignados por el profesor.
- Participación en exposiciones de temas.

VII. APOYOS DIDÁCTICOS

- Equipo de cómputo y multimedia, proyector, video tutoriales, material didáctico, antología, plan de trabajo, presentación en diapositivas electrónicas, pintarrón, marcadores, borrador, procesador de texto, datos y software especializado

VIII. EVALUACIÓN DEL DESEMPEÑO

TÉCNICAS	CRITERIOS	PORCENTAJE
Exámenes escritos	Teórico	20 %
Resolución de problemas y casos	Heurístico	30 %
Trabajo práctico fiscal	Axiológico	50 %
Total		100 %

IX. REFERENCIAS

- Arnulfo Sánchez Miranda, Aplicación Práctica del ISR e IMPACPERSONAS MORALES 2007 5° Ed., México, ISEF, 2007
- Arrijo Vizcaíno, Adolfo, Derecho fiscal, México, Themis, 2007.
- Calvo Langarica, César, Estudio contable de los impuestos, 37a ed., México, PAC, 2008.
- Cárdenas de Rodríguez, Carmen, Pago de impuestos en "español" 2008, México, Rocár, 2008.
- Carrasco Iriarte, Hugo, Derecho Fiscal Constitucional, México, Harla, 2007.

Castellanos, Fernando, Lineamientos elementos de Derecho Penal, México, Porrúa, 2000.
Código Federal de Procedimientos Penales, vigente.
Código Financiero del Distrito Federal, vigente.
Código Financiero del Estado de México, vigente.
Código Fiscal de la Federación y su Reglamento, vigente.
Código Penal para el Distrito Federal en Materia de Fuero Común y para toda la República en Materia de Fuero Federal, vigente.
Constitución Política de los Estados Unidos Mexicanos, vigente.
De la Garza, Sergio Francisco, Derecho Financiero Mexicano, México, Porrúa, 2002.
Diep Diep, Daniel. Código fiscal de la Federación: análisis y comentarios, México, Themis, 2005.
Domínguez Orozco Jaime, Pagos Provisionales de I.S.R. y el I.A. 28a Ed., México, 2007.
Fernández Sagardi, Augusto. Código Fiscal de la Federación, Comentarios y anotaciones. Ed. SICCO, S.A. de C.V., México, 2007.
Instituto Mexicano de Contadores Públicos, Normas y procedimientos de auditoría y normas para atestiguar, 28ª Ed., México, Instituto Mexicano de Contadores, 2007.
Labrador Goyeneche, Francisco Javier, Consolidación fiscal, México, Instituto Mexicano de Contadores Públicos, 2006.
Latapi Ramírez, Mariano, Consolidación fiscal financiera 2003, México, Ediciones Fiscales ISEF, 2003.
Ley del Impuesto al Valor Agregado y su Reglamento.
Ley del Impuesto Empresarial a Tasa Única, vigente.
Ley del Impuesto Especial sobre Producción y Servicios, vigente.
Ley del Impuesto sobre Automóviles Nuevos, vigente.
Ley del Impuesto sobre la Renta y su Reglamento, vigente.
Ley del Impuesto sobre la Tenencia o Uso de Vehículos, vigente.
López Cruz, Fernando, Dictamen fiscal, 16a ed., México, Instituto Mexicano de Contadores Públicos, 2007.
Luna Guerra, Antonio, Régimen fiscal de la asociación en participación, México, Ediciones Fiscales ISEF, 2005.
Martín Granados María Antonieta, Impuesto sobre la Renta, Impuesto al Activo, México, Ed. Thomson, 2007
Martínez Gutiérrez Javier, Casos Prácticos: ISR, IMPAC, IVA, IMSS, Personas Morales, Personas Físicas 2007, 2º Ed., México, Ediciones Fiscales, 2007.
Ortiz Gómez, Gabriel, Tratados internacionales comerciales en materia aduanera, 2a ed., México Themis, 2003.
Pérez Chávez, José, Inventarios y costo de ventas, aspectos fiscales y contables, México, Tax, 2005
Resolución Miscelánea.
Revistas especializadas en materia fiscal.



UNIVERSIDAD VERACRUZANA

INSTITUTO DE INVESTIGACIONES Y ESTUDIOS SUPERIORES DE LAS CIENCIAS ADMINISTRATIVAS



COORDINACIÓN DE ESTUDIOS DE POSGRADO PROGRAMA DE ESTUDIO

DATOS GENERALES				
ECONÓMICO-ADMINISTRATIVA		MAESTRÍA EN GESTIÓN DE ORGANIZACIONES		I.I.E.S.C.A.
ÁREA ACADÉMICA		POSGRADO		ENTIDAD
2010	OPTATIVA	CONSOLIDACIÓN		
PLAN DE ESTUDIOS	CÓDIGO	ÁREA CURRICULAR		
INVESTIGACIÓN DE MERCADOS				
NOMBRE DE LA EXPERIENCIA EDUCATIVA				
MERCADOTECNIA				
ACADEMIA POR ÁREA DE CONOCIMIENTO				
F05 ESTADÍSTICA APLICADA A LA ADMINISTRACIÓN; F07 METODOLOGÍA DE LA INVESTIGACIÓN				
REQUISITOS				
CURSO	3	45	6	
MODALIDAD	HORAS /SEMANA/MES	TOTAL DE HORAS	CRÉDITOS	
SEPTIEMBRE/2008		MAYO/2012		
FECHA DE ELABORACIÓN	FECHA DE APROBACIÓN	FECHA DE LA ÚLTIMA MODIFICACIÓN		
BEATRIZ MENESES AGUIRRE, JORGE RAMÍREZ JUÁREZ				
NOMBRE DE LOS ACADÉMICOS QUE PARTICIPARON EN LA ELABORACIÓN DEL PROGRAMA				
BEATRIZ MENESES AGUIRRE, JORGE RAMÍREZ JUÁREZ				
NOMBRE DE LOS ACADÉMICOS QUE PARTICIPARON EN LA MODIFICACIÓN DEL PROGRAMA				

I. INTRODUCCIÓN

En este curso se proporcionan al estudiante los conocimientos necesarios acerca del mercado y su importancia en la toma de decisiones; sus correspondientes fuentes de datos, la metodología para llevar a cabo una investigación de mercados, así como una introducción a los métodos de análisis de datos en la investigación de mercados.

II. FUNDAMENTACIÓN

La calidad de las decisiones en mercadotecnia depende en gran parte de la información con que cuenta el ejecutivo responsable de la toma de decisiones.

La función principal de la investigación de mercados es suministrar información del mismo, para que se lleve a cabo de la manera más eficiente esta toma de decisiones.

III. OBJETIVOS GENERALES

Al finalizar este curso, el alumno estará capacitado para:

1. Reflexionar y debatir sobre la metodología, variables, recolección y análisis de datos en la investigación de mercados.
2. Aplicar los conocimientos adquiridos y algunos de los métodos de análisis bivariados y multivariados, a casos reales de investigación de mercados.
3. Promover y fomentar una cultura de colaboración y respeto hacia los demás que propicie el trabajo en equipo y que enriquezca el aprendizaje fomentando su aplicación práctica con pleno respeto de los valores éticos y sociales.

IV. ARTICULACIÓN CON LOS EJES

El eje teórico está dado en el primer objetivo, al llevar a cabo la sistematización e integración del conocimiento adquirido y el manejo de diferentes metodologías, así como de diferentes métodos de análisis de datos.

El eje heurístico se presenta en el segundo objetivo, el cual se enfoca al aprovechamiento del conocimiento adquirido para generar productos prácticos aplicables a casos reales

El eje axiológico se encuentra en el tercer objetivo, en el cual se destaca la formación del estudiante centrado no solo en el conocimiento, sino en la generación de una serie de actitudes basadas en valores individuales, empresariales y nacionales.

Con lo anterior, se cumple con la articulación de los tres ejes, desarrollando en el alumno sus capacidades integrales del saber, del saber hacer y del crecimiento personal y social.

V. UNIDADES DE COMPETENCIA

1. Introducción al concepto de mercado, investigación de mercados, sus etapas y su relación con la toma de decisiones
 - 1.1. Concepto, características y etapas en la investigación de mercados.
 - 1.2. La información y la toma de decisiones en investigación de mercados.
 - 1.3. Fuentes de información en la investigación de mercados
2. Metodología en la investigación de mercados
 - 2.1. Metodología para realizar una investigación de mercados y sus diseños.
 - 2.2. Panorama general de los métodos cualitativos en la investigación de mercados
 - 2.3. Panorama general de los métodos cuantitativos en la investigación de mercados

3. Investigación cualitativa en la investigación de mercados
 - 3.1. Criterios de clasificación.
 - 3.2. Técnicas de dinámicas de grupos
 - 3.3. Técnicas de creatividad
 - 3.4. Entrevista de profundidad
 - 3.5. Grupos de enfoque
4. Investigación cuantitativa en la investigación de mercados
 - 4.1. La encuesta como fuente de información primaria de datos.
 - 4.2. Tipos de encuesta y criterios para elegir
 - 4.3. Diseño del cuestionario. Recomendaciones, tipos de preguntas, estructura del cuestionario.
 - 4.4. Escalas de medida de actitudes. Técnicas de escalas comparativas y no comparativas.
 - 4.5. Desarrollo de la encuesta. Opciones para levantar la información y recomendaciones.
 - 4.6. Prueba piloto
 - 4.7. Métodos probabilísticos y no probabilísticos de muestreo en investigación de mercados
 - 4.8. Cálculo de tamaño de muestra para muestreo estratificado
5. Métodos de interdependencia en el análisis multivariante.
 - 5.1. Análisis cluster
 - 5.2. Caso práctico de aplicación
6. Métodos de dependencia en el análisis multivariante.
 - 6.1. Análisis de regresión múltiple
 - 6.2. Aplicación del análisis de regresión múltiple a investigación de mercados
 - 6.3. Análisis de varianza (ANOVA) y análisis de covarianza (ANCOVA) en investigación de mercados.

VI. ESTRATEGIAS METODOLÓGICAS

Enseñanza

- Exposición de temas.
- Análisis grupal de problemas.
- Análisis automatizado con SPSS
- Proporcionar una atmósfera de trabajo en equipo.

Aprendizaje

- Lectura de materiales.
- Resolución de ejercicios.
- Trabajo en equipo.
- Investigación de temas asignados por el profesor.
- Práctica de análisis de datos con algún software de estadística

VII. APOYOS DIDÁCTICOS

Equipo de cómputo y multimedia, proyector, video tutoriales, material didáctico, antología, plan de trabajo, presentación en diapositivas electrónicas, pintarrón, marcadores, borrador, procesador de texto, datos y software especializado.

VIII. EVALUACIÓN DEL DESEMPEÑO

TÉCNICAS.	CRITERIOS.	PORCENTAJE.
Exámenes escritos	Teórico	20%
Resolución de problemas en grupos	Axiológico heurístico	20%
Investigación sobre temas asignados	Heurístico	20%
Trabajo práctico.	Axiológico heurístico	40%
Total.		100%

IX. REFERENCIAS

- Aaker, D. A., Kumar, V. & Day, G. (2004). *Investigación de mercados*. Limusa. México.
- Churchill, G. A. & Iacobucci, D. (2009). *Marketing Research. Methodological Foundations*. South Western Cengage Learning. Mason.
- Hair, J. F., Anderson, R. (2010) *Multivariate Data Analysis*. Prentice Hall. New York.
- Kinney, Thomas S. & James R. Taylor (1998) *Investigación de mercados*. McGraw Hill. México.
- Malhotra, N. K. (2007) *Marketing Research: An Applied Orientation*. Prentice Hall International. New York.
- Malhotra, N. K. (2004). *Investigación de mercados*. Prentice Hall Hispanoamericana. México.
- Mc Daniel, C. Jr., Gates, R. et al. (2005). *Investigación de mercados contemporáneo internacional*. Thompson Editores. México.
- McQuarrie, E. (2005). *The Market Research Toolbox. A Concise Guide for Beginners*. SAGE. New York.
- Pedret, R., Sagnier, L. y Camp, F. (2003). *Herramientas para segmentar mercados y posicionar productos*. Deusto. Bilbao.
- Pérez López, C. (2009). *Técnicas de análisis de datos con SPSS 15*. Pearson Prentice Hall. Madrid.
- Scheaffer, R. L., Mendenhall, W. & L. Ott (1996). *Elementos de muestreo*. Grupo editorial Iberoamérica. México.
- Trespalacios Gutiérrez, J. A., Vázquez Casielles, R. y Bello Acebrón, L. (2005). *Investigación de mercados: métodos de recogida y análisis de la información para la toma de decisiones en marketing*. Paraninfo. Madrid.

Uriel Jiménez, E. y Aldás Manzano, J. (2005). *Análisis multivariante aplicado: aplicaciones al marketing, investigación de mercados, economía, dirección de empresas y turismo*. Thomson. Madrid.



UNIVERSIDAD VERACRUZANA

INSTITUTO DE INVESTIGACIONES Y ESTUDIOS SUPERIORES DE LAS CIENCIAS ADMINISTRATIVAS



COORDINACIÓN DE ESTUDIOS DE POSGRADO

PROGRAMA DE ESTUDIO

DATOS GENERALES					
ECONÓMICO-ADMINISTRATIVA		MAESTRÍA EN GESTIÓN DE ORGANIZACIONES		I.I.E.S.C.A.	
ÁREA ACADÉMICA		POSGRADO		ENTIDAD	
2010	OPTATIVA		CONSOLIDACIÓN		
PLAN DE ESTUDIOS	CÓDIGO		ÁREA CURRICULAR		
DESARROLLO DE MERCADOS					
NOMBRE DE LA EXPERIENCIA EDUCATIVA					
MERCADOTECNIA					
ACADEMIA POR ÁREA DE CONOCIMIENTO					
F03 CREATIVIDAD E INNOVACIÓN; F08 ADMINISTRACIÓN ESTRATÉGICA II					
REQUISITOS					
CURSO	3		45		6
MODALIDAD	HORAS /SEMANA/MES		TOTAL DE HORAS		CRÉDITOS
SEPTIEMBRE/2008			MAYO/2012		
FECHA DE ELABORACIÓN	FECHA DE APROBACIÓN		FECHA DE LA ÚLTIMA MODIFICACIÓN		
MILAGROS CANO FLORES, JORGE RAMÍREZ JUAREZ, DANIEL OLIVERA GÓMEZ					
NOMBRE DE LOS ACADÉMICOS QUE PARTICIPARON EN LA ELABORACIÓN DEL PROGRAMA					
MILAGROS CANO FLORES, JORGE RAMÍREZ JUAREZ, DANIEL OLIVERA GÓMEZ					
NOMBRE DE LOS ACADÉMICOS QUE PARTICIPARON EN LA MODIFICACIÓN DEL PROGRAMA					

I. INTRODUCCIÓN

Para determinar el desarrollo de las estrategias mercadológicas que permitan obtener ventajas competitivas en la organización es necesario contar con las habilidades de diseñar y desarrollar modelos de penetración en mercados competitivos a partir del diseño de estrategias de mercadotecnia que permitan la concreción de proyectos mercadológicos en la organización.

II. FUNDAMENTACIÓN

Esta experiencia educativa de consolidación permite contar con los elementos de la mercadotecnia que intervienen en las actividades comerciales y su correcta administración, como función de la empresa para determinar el desarrollo de las estrategias mercadológicas que permitan obtener ventajas competitivas en la organización.

III. OBJETIVOS GENERALES

Al finalizar este curso, el alumno estará capacitado para:

1. Analizar los elementos que intervienen en la administración estratégica de la mercadotecnia.
2. Comprender los factores mercadológicos como elementos fundamentales de las actividades empresariales para identificar campos de aplicación.
3. Desarrollar información necesaria para el desarrollo mercadológico de las organizaciones, esquematizando problemáticas y soluciones.
4. Formular estrategias mercadológicas basadas para el desarrollo de mercados.

IV. ARTICULACIÓN CON LOS EJES

La adquisición del conocimiento específico, determinará el logro del cumplimiento del Eje Teórico mientras que su aplicación a los casos específicos determinará el logro del cumplimiento del Eje Heurístico, mientras que la contrastación con la realidad nacional, internacional y global determinará el cumplimiento del Eje Axiológico, al señalar cómo afectan las semejanzas o diferencias en valores el cumplimiento de los objetivos de las empresas.

Con lo anterior, se cumple con la articulación de los tres ejes, desarrollando en el alumno sus capacidades integrales del saber, del saber hacer y del crecimiento personal y social.

V. UNIDADES DE COMPETENCIA

1. Investigación comercial
 - 1.1. El mercado
 - 1.2. La información en la empresa
 - 1.3. Diseño de la obtención de la información
2. Políticas de mercadotecnia
 - 2.1. La administración de la mercadotecnia

- 2.2. Políticas de producto
 - 2.3. Políticas de precio
 - 2.4. Políticas de distribución
 - 2.5. Políticas de comunicación
3. La logística en la empresa
- 3.1. Gestión de existencias
 - 3.2. Almacenamiento y manipulación de productos
 - 3.3. Envase y embalaje
 - 3.4. Transporte comercial
 - 3.5. Servicio al cliente y calidad logística
4. 4. Las relaciones comerciales
- 4.1. La comunicación en las relaciones comerciales
 - 4.2. La negociación comercial
 - 4.3. Las compras en la empresa
 - 4.4. Las ventas en la empresa
 - 4.5. Planificación, organización y control del equipo de ventas
5. 5. El servicio postventa
- 5.1. Evaluación de la mercadotecnia
 - 5.2. Enfoque al cliente
 - 5.3. Ética comercial
6. 6. Investigación y selección de mercado objetivo
- 6.1. Medición de la demanda
 - 6.2. Estimación de la demanda actual y futura
 - 6.3. Segmentación de mercado
 - 6.4. Selección de mercado meta
7. Diseño de estrategias de oferta
- 7.1. Diferenciación y posicionamiento de oferta
 - 7.2. Desarrollo, prueba y lanzamiento de nuevos productos y servicios
 - 7.3. Oportunidades basadas en el ciclo de vida del producto
 - 7.4. Ventajas de líder, seguidor, retador y nicho de mercado
8. Planeación de estrategias de mercadotecnia
- 8.1. Estrategias de producto, marca y empaques
 - 8.2. Estrategias de servicio
 - 8.3. Estrategias de precio
 - 8.4. Estrategias de distribución
 - 8.5. Estrategias de comunicación
9. Planeación de estrategias especiales de mercadotecnia
- 9.1. Estrategias para el mercado industrial
 - 9.2. Estrategias para el mercado de servicios
 - 9.3. Estrategias para el mercado internacional
 - 9.4. Estrategias para instituciones no lucrativas y públicas

VI. ESTRATEGIAS METODOLÓGICAS

Enseñanza

Exposición de temas.
Desarrollo de aspectos de interés particular
Ejemplificación de casos prácticos.

Aprendizaje

Lectura de bibliografía.
Resolución de ejercicios.
Trabajo en equipo.
Investigación de temas asignados por el profesor.
Participación en exposiciones de temas.

VII. APOYOS DIDÁCTICOS

- Equipo de cómputo y multimedia, proyector, video tutoriales, material didáctico, antología, plan de trabajo, presentación en diapositivas electrónicas, pintarrón, marcadores, borrador, procesador de texto, datos y software especializado.

VIII. EVALUACIÓN DEL DESEMPEÑO

TÉCNICAS	CRITERIOS	PORCENTAJE
Exámenes escritos	Teórico	20 %
Resolución de problemas y casos	Heurístico	30 %
Trabajo práctico de desarrollo de mercados	Axiológico	50 %
Total		100 %

IX. REFERENCIAS

Santesmases Mestre M., Sánchez Guzmán A. (2003) Mercadotecnia. Conceptos y estrategias. Editorial Pirámide.

Malhotra Naresh K. 2004. Investigación de mercados. Un enfoque aplicado. Pearson Educación. México.

Lerma Kirchner Alejandro (2008) Comercio y Mercadotecnia internacional. Cengage Learning. México

Stanton, William J., Etzel, Michael J., Walker, Bruce J. 2001 Fundamentos de Marketing Mc Graw Hill. México



UNIVERSIDAD VERACRUZANA

INSTITUTO DE INVESTIGACIONES Y ESTUDIOS SUPERIORES DE LAS CIENCIAS ADMINISTRATIVAS



COORDINACIÓN DE ESTUDIOS DE POSGRADO PROGRAMA DE ESTUDIO

DATOS GENERALES			
ECONÓMICO-ADMINISTRATIVA		MAESTRÍA EN GESTIÓN DE ORGANIZACIONES	
I.I.E.S.C.A.			
ÁREA ACADÉMICA		POSGRADO	
ENTIDAD			
2010	OPTATIVA	CONSOLIDACIÓN	
PLAN DE ESTUDIOS	CÓDIGO	ÁREA CURRICULAR	
MARKETING DIGITAL			
NOMBRE DE LA EXPERIENCIA EDUCATIVA			
MERCADOTECNIA			
ACADEMIA POR ÁREA DE CONOCIMIENTO			
F04 GESTIÓN DE LA INFORMACIÓN EN LAS ORGANIZACIONES; F08 ADMINISTRACIÓN ESTRATÉGICA II			
REQUISITOS			
CURSO	3	45	6
MODALIDAD	HORAS /SEMANA/MES	TOTAL DE HORAS	CRÉDITOS
SEPTIEMBRE/2008			MAYO 2012
FECHA DE ELABORACIÓN	FECHA DE APROBACIÓN	FECHA DE LA ÚLTIMA MODIFICACIÓN	
MILAGROS CANO FLORES, JORGE RAMÍREZ JUAREZ, DANIEL OLIVERA GÓMEZ, JULIO ALMANZA MAR			
NOMBRE DE LOS ACADÉMICOS QUE PARTICIPARON EN LA ELABORACIÓN DEL PROGRAMA			
MILAGROS CANO FLORES, JORGE RAMÍREZ JUAREZ, DANIEL OLIVERA GÓMEZ, JULIO ALMANZA MAR, TERESA GARCÍA LÓPEZ			
NOMBRE DE LOS ACADÉMICOS QUE PARTICIPARON EN LA MODIFICACIÓN DEL PROGRAMA			

I. INTRODUCCIÓN

En los últimos años el marketing ha tenido un cambio extraordinario, incorporando nuevos conceptos y herramientas dentro de un mundo que cada vez es más accesible gracias a las nuevas tecnologías. Las grandes empresas, organizaciones y PyMES necesitan incorporar nuevos conocimientos de marketing y comunicación para poder planear, gestionar y medir las acciones realizadas, para tener información que les permita tomar decisiones. Ofreciendo de esta manera la oportunidad de profundizar estas tendencias tecnológicas, así como conocer las herramientas necesarias para tomar decisiones en materia de marketing y comunicación on-line.

II. FUNDAMENTACIÓN

Este curso le permitirá al estudiante adquirir no sólo los conocimientos teóricos, sino las herramientas, habilidades y actitudes para poder tomar las decisiones de la implantación o la continuidad de la utilización de las herramientas del marketing digital en una organización, con el propósito de adaptarse y crecer en un mundo global y competitivo.

III. OBJETIVOS GENERALES

Al finalizar este curso, el alumno estará capacitado para:

- a) Reflexionar y debatir sobre los elementos teóricos del marketing digital en las organizaciones y el papel de los gerentes en la gestión de las mismas.
- b) Realizar diagnósticos que permitan desarrollar, implementar, evaluar y optimizar propuestas de solución a las problemáticas detectadas.
- c) Fomentar y reforzar en las organizaciones una cultura sustentada en valores humanos, que coadyuve al alcance de los objetivos institucionales tanto como las de los colaboradores.

IV. ARTICULACIÓN CON LOS EJES

Con el cumplimiento de los dos primeros objetivos, el alumno estará integrando los ejes teórico y heurístico propuestos al exponer sus conocimientos orientándolos a la solución de problemas específicos del quehacer administrativo en cuanto al marketing digital se refiere; el tercer objetivo, articula el eje axiológico al promover en el estudiante la adquisición de valores humanos y de trabajo en equipo.

Con lo anterior, se cumple con la articulación de los tres ejes, desarrollando en el alumno sus capacidades integrales del saber, del saber hacer y del crecimiento personal y social.

V. UNIDADES DE COMPETENCIA

1. El Nuevo Marketing

- 1.1. Micro y macro economía digital
- 1.2. Claves del nuevo marketing: Cultura digital y los nuevos consumidores
- 1.3. Segmentación e investigación de mercado online

- 1.4. La Web 2.0 y las redes sociales
- 1.5. Comercio electrónico
- 1.6. Oportunidades y riesgos de los negocios en Internet

2. Negocios electrónicos
 - 2.1. Modelo de negocios electrónicos.
 - 2.2. Mecanismos de pago electrónico
 - 2.3. Ética del Comercio Electrónico

3. Plan de marketing online
 - 3.1. Análisis de la competencia
 - 3.2. Usabilidad Web
 - 3.3. Atraer, Convertir, Transformar

4. Marketing directo y publicidad online
 - 4.1. Marketing directo y publicidad institucional
 - 4.2. Publicidad y marketing en buscadores (llamado a la acción)
 - 4.3. Promoción web y posicionamiento en buscadores
 - 4.4. Marketing basado en educación
 - 4.5. Marketing basado en la información
 - 4.6. Redes Sociales

5. Herramientas y tendencias
 - 5.1. Email marketing
 - 5.2. Blog marketing
 - 5.3. Google Marketing (herramientas de marketing)
 - 5.4. Análisis y medición del tráfico web (análítica Web)
 - 5.5. Sindicación de contenidos
 - 5.6. Seguimiento de clientes (CRM)

6. Aspectos legales y jurídicos
 - 6.1. Aspectos legales y jurídicos del marketing y los negocios en internet

VI. ESTRATEGIAS METODOLÓGICAS

Enseñanza

- Exposición de temas.
- Análisis grupal de problemas y casos.
- Análisis y Diseño de propuesta de Marketing en Internet en empresas reales.

Aprendizaje

- Lectura de bibliografía.

- Resolución de ejercicios.
- Trabajo en equipo.
- Investigación de temas asignados por el profesor.
- Participación en debates.

VII. APOYOS DIDÁCTICOS

- Equipo de cómputo y multimedia, proyector, video tutoriales, material didáctico, antología, plan de trabajo, presentación en diapositivas electrónicas, pintarrón, marcadores, borrador, procesador de texto y datos

VIII. EVALUACIÓN DEL DESEMPEÑO

TÉCNICAS.	CRITERIOS.	PORCENTAJE.
Exámenes escritos	Teórico	30 %
Resolución de problemas y casos	Heurístico	20 %
Trabajo práctico de marketing digital	Axiológico	50 %
Total		100 %

IX. REFERENCIAS

- Alonso Conde, Ana Belén (2008). *Comercio electrónico: antecedentes, fundamentos y estado actual*. Universidad Rey Juan Carlos. España
- Amor, Daniel (2000). *La (R)evolución E-business: claves para vivir y trabajar en un mundo interconectado*. Prentice Hall. Buenos Aires.
- Cavazos Arroyo, Judith., Reyes Guerrero, Soraya (2006). *Comercio electrónico: un enfoque de modelos de negocios*. CECSA. México.
- Chaffey, Dave (2008). *E-Business and E-Commerce Management*. Prentice Hall. USA.
- Chase, Larry (2000). *Comercio electrónico: tácticas probadas para hacer negocios en Internet*. LIMUSA WILEY. México.
- De la Garza, Mario (2000). *Cibermarketing*. CECSA. México.
- Hanson, Ward., Kalyanam, Kirthi (2006). *Internet, Marketing & e-commerce*. South-Western College Pub. USA.
- Janal, Daniel (2000). *Marketing en Internet*. Pearson Educación. México.
- Laudon, Kenneth., Guercio Traver, Carol (2008). *e-commerce*. Prentice Hall. USA.

Newell, Frederick (2001). *Clienteleal.com*. McGraw-Hill. México.
Rayport, Jeffrey, Jaworski, Bernard (2002). *e-Commerce*. McGraw-Hill. México.
Asociación Mexicana de Internet: <http://www.amipci.org.mx/>
Harvard Business Review: <http://www.hbral.com/>
Instituto Mexicano de la Propiedad Industrial: <http://www.impi.gob.mx/>
Revista Entrepreneur: <http://www.soyentrepreneur.com/>



UNIVERSIDAD VERACRUZANA

INSTITUTO DE INVESTIGACIONES Y ESTUDIOS SUPERIORES DE LAS CIENCIAS ADMINISTRATIVAS



COORDINACIÓN DE ESTUDIOS DE POSGRADO PROGRAMA DE ESTUDIO

DATOS GENERALES					
ECONÓMICO-ADMINISTRATIVA		MAESTRÍA EN GESTIÓN DE ORGANIZACIONES		I.I.E.S.C.A.	
ÁREA ACADÉMICA		POSGRADO		ENTIDAD	
2010	OPTATIVA		CONSOLIDACIÓN		
PLAN DE ESTUDIOS	CÓDIGO		ÁREA CURRICULAR		
DESARROLLO DE TECNOLOGÍA E INNOVACIÓN					
NOMBRE DE LA EXPERIENCIA EDUCATIVA					
MERCADOTECNIA					
ACADEMIA POR ÁREA DE CONOCIMIENTO					
F03 CREATIVIDAD E INNOVACIÓN; F09 MARCO LEGAL DE LA EMPRESA					
REQUISITOS					
CURSO	3	45	6		
MODALIDAD	HORAS /SEMANA/MES	TOTAL DE HORAS	CRÉDITOS		
SEPTIEMBRE/2008			MAYO/2012		
FECHA DE ELABORACIÓN	FECHA DE APROBACIÓN	FECHA DE LA ÚLTIMA MODIFICACIÓN			
MILAGROS CANO FLORES, DANIEL ARMANDO OLIVERA GÓMEZ, JULIO ALMANZA MAR					
NOMBRE DE LOS ACADÉMICOS QUE PARTICIPARON EN LA ELABORACIÓN DEL PROGRAMA					
MILAGROS CANO FLORES, DANIEL ARMANDO OLIVERA GÓMEZ, JULIO ALMANZA MAR					
NOMBRE DE LOS ACADÉMICOS QUE PARTICIPARON EN LA MODIFICACIÓN DEL PROGRAMA					

I. INTRODUCCIÓN

A lo largo de las últimas décadas, en los países industrializados, se advierte un creciente interés por parte de numerosos autores, teóricos y aplicados, en torno al estudio de la innovación organizacional. No en vano, tal aspecto se ha relacionado frecuentemente con la prosperidad económica y la supervivencia de las organizaciones. Como consecuencia de ello, se ha generado un gran volumen de investigación, desde diversos ámbitos como la economía, la administración de empresas e incluso la política, tomando el término de innovación en un sentido positivo, en la medida en que parece estar asociada con una mayor productividad. Si bien, y tradicionalmente, el estudio de la innovación fue abordado desde las disciplinas anteriormente mencionadas, la complejidad y la multidimensionalidad del fenómeno innovativo y tecnológico

II. FUNDAMENTACIÓN

Este curso le permitirá al estudiante adquirir no sólo los conocimientos teóricos, sino las herramientas, habilidades y actitudes para poder tomar las decisiones de la implantación o la continuidad de la utilización de las herramientas del desarrollo de tecnología e innovación, con el propósito de adaptarse y crecer en un mundo global y competitivo.

III. OBJETIVOS GENERALES

Al finalizar este curso, el alumno estará capacitado para:

1. Profundizar y facilitar los procesos de adopción e innovación tecnológica, fortaleciendo la apropiación social del conocimiento tecnológico y la innovación, y el reconocimiento de su carácter estratégico para el desarrollo de la empresa y la articulación efectiva de todos los agentes involucrados para alcanzar este fin.
2. Fomentar la articulación de la cadena de valor de educación-ciencia-tecnología-innovación estructurando una masa crítica con capacidades de desarrollo e innovación tecnológicas precursoras.
3. Estimular el crecimiento de la inversión del sector productivo al promover la explotación del conocimiento generado mediante los esquemas de protección de la propiedad intelectual.

IV. ARTICULACIÓN CON LOS EJES

Con el cumplimiento de los dos primeros objetivos, el alumno estará integrando los ejes teórico y heurístico propuestos por el Modelo Educativo Integral y Flexible de nuestra Casa de Estudios, al exponer sus conocimientos orientándolos a la solución de problemas específicos del que hacer administrativo en cuanto al desarrollo de tecnología e innovación; el tercer objetivo, articula el eje axiológico al promover en el estudiante la adquisición de valores humanos y de trabajo en equipo.

Con lo anterior, se cumple con la articulación de los tres ejes, desarrollando en el alumno sus capacidades integrales del saber, del saber hacer y del crecimiento personal y social.

V. UNIDADES DE COMPETENCIA

1. La innovación y desarrollo
 - 1.1. El concepto de innovación y la terminología de la I+D (investigación y desarrollo)
 - 1.2. El proceso innovador y sus clases
 - 1.3. La innovación y la gestión del conocimiento (Knowledge Management)
 - 1.4. Gestión de la innovación y gestión de la tecnología (technology Management)
 - 1.5. Investigación + Desarrollo + Innovación (I+D+I)
2. Estrategia empresarial y estrategia tecnológica
 - 2.1. Estrategia: el concepto y las matrices de posición
 - 2.2. La tecnología como variable estratégica
 - 2.3. Herramientas para la reflexión estratégica
 - 2.4. El plan estratégico del desarrollo tecnológico
 - 2.5. Tipos de estrategia tecnológica
3. La vigilancia y previsión tecnológica
 - 3.1. La práctica de la vigilancia
 - 3.2. De la vigilancia tecnológica a la inteligencia competitiva
 - 3.3. La prospectiva
 - 3.4. Métodos utilizados en la previsión tecnológica
 - 3.5. La previsión tecnológica: un balance
4. La gestión de los proyectos de I+D
 - 4.1. La I+D interna
 - 4.2. Criterios y métodos de evaluación de proyectos
 - 4.3. El control de los proyectos de I+D
 - 4.4. La eficiencia de las actividades de las I+D
5. La organización de la empresa para la innovación
 - 5.1. Los recursos asignados a la I+D
 - 5.2. Estructuras organizativas y departamento de I+D
 - 5.3. El proceso de desarrollo de nuevos productos y las relaciones entre departamentos
 - 5.4. La gran empresa y la innovación
 - 5.5. La empresa virtual
6. Desarrollo de nuevos productos
 - 6.1. El proceso de desarrollo de nuevos productos
 - 6.2. Producto innovador
 - 6.3. El plan de marketing y el lanzamiento de productos innovadores
7. La protección de la innovación: las patentes
 - 7.1. La necesidad de proteger las innovaciones
 - 7.2. La protección de las invenciones (patentes y modelos de utilidad)
 - 7.3. Los signos distintivos (marcas y nombres comerciales)
8. Compra y venta de tecnología
 - 8.1. Transferencia de tecnología: modalidades y estrategias

- 8.2. El mercado de la tecnología
- 8.3. El contrato de transferencia de tecnología
- 9. La innovación compartida: la cooperación entre empresas
 - 9.1. La cooperación, estrategia en crecimiento
 - 9.2. Las principales modalidades de cooperación
 - 9.3. Las motivaciones de las estrategias de cooperación
 - 9.4. Redes, clusters y networking
 - 9.5. Las joint ventures

VI. ESTRATEGIAS METODOLÓGICAS

Enseñanza

- Exposición de temas.
- Análisis grupal de problemas y casos.
- Análisis y Diseño de propuesta de Marketing en Internet en empresas reales.

Aprendizaje

- Lectura de bibliografía.
- Resolución de ejercicios.
- Trabajo en equipo.
- Investigación de temas asignados por el profesor.
- Participación en debates.

VII. APOYOS DIDÁCTICOS

- Equipo de cómputo y multimedia, proyector, video tutoriales, material didáctico, antología, plan de trabajo, presentación en diapositivas electrónicas, pintarrón, marcadores, borrador, procesador de texto y datos

VIII. EVALUACIÓN DEL DESEMPEÑO

TÉCNICAS.	CRITERIOS.	PORCENTAJE.
Resolución de problemas y casos.	Heurístico-	30 %
Investigación sobre temas asignados.	Teórico-	20 %
Trabajos prácticos.	Axiológico	50 %
		100 %

IX. REFERENCIAS

Jaume Valls Pasola; Pere Escorsa (2003) Tecnología e innovación en la empresa. Edicions UPC.
Lerma Kirchner Alejandro Eugenio. (2004) Guía para el desarrollo de productos. Cengage Learning. México
Lawrence J. Gitman y Carl McDaniel. (2006) El futuro de los negocios. Cengage Learning. México



UNIVERSIDAD VERACRUZANA

INSTITUTO DE INVESTIGACIONES Y ESTUDIOS SUPERIORES DE LAS CIENCIAS ADMINISTRATIVAS



COORDINACIÓN DE ESTUDIOS DE POSGRADO

PROGRAMA DE ESTUDIO

DATOS GENERALES					
ECONÓMICO-ADMINISTRATIVA		MAESTRÍA EN GESTIÓN DE ORGANIZACIONES		I.I.E.S.C.A.	
ÁREA ACADÉMICA		POSGRADO		ENTIDAD	
2010	OPTATIVA		CONSOLIDACIÓN		
PLAN DE ESTUDIOS	CÓDIGO		ÁREA CURRICULAR		
CONSULTORÍA ORGANIZACIONAL					
NOMBRE DE LA EXPERIENCIA EDUCATIVA					
ADMINISTRACIÓN					
ACADEMIA POR ÁREA DE CONOCIMIENTO					
F09 MARCO LEGAL DE LA EMPRESA					
REQUISITOS					
CURSO	3	45	6		
MODALIDAD	HORAS /SEMANA/MES	TOTAL DE HORAS	CRÉDITOS		
SEPTIEMBRE/2008			MAYO/2012		
FECHA DE ELABORACIÓN	FECHA DE APROBACIÓN	FECHA DE LA ÚLTIMA MODIFICACIÓN			
MILAGROS CANO FLORES, JORGE RAMIREZ JUAREZ, TERESA GARCÍA LÓPEZ, YOLANDA RAMÍREZ VÁZQUEZ.					
NOMBRE DE LOS ACADÉMICOS QUE PARTICIPARON EN LA ELABORACIÓN DEL PROGRAMA					
JUAN MANUEL ORTIZ GARCÍA, DANIEL ARMANDO OLIVERA GÓMEZ, MILAGROS CANO FLORES					
NOMBRE DE LOS ACADÉMICOS QUE PARTICIPARON EN LA MODIFICACIÓN DEL PROGRAMA					

I. INTRODUCCIÓN

Entendida como un servicio de asesoramiento profesional prestado a organizaciones por profesionales debidamente capacitados, la consultoría representa una herramienta de gran utilidad para el desarrollo de las organizaciones. El presente curso se orienta en forma primordial a la aplicación práctica de conocimientos administrativos relacionados con este quehacer, por lo que está orientado al análisis y diagnóstico de los problemas que se le pueden presentar a una empresa en sus diferentes áreas de operación y administración, problemas que pueden obstaculizar su competitividad y poner en riesgo su supervivencia en los mercados en que actúa. Para ello, se basa en la transmisión de conocimientos de frontera acerca del manejo de herramientas administrativas para la planeación y gestión estratégica de las organizaciones y metodologías de análisis de problemas empresariales y su aplicación práctica.

II. FUNDAMENTACIÓN

Dadas las características de profesionalización del Gestor de Organizaciones, su formación requiere de la aprehensión de elementos que desarrollen sus competencias en los ámbitos teórico, heurístico y axiológico para el ejercicio profesional. El presente curso integra dichos ámbitos al ofrecer al estudiante los conocimientos necesarios para formarse un concepto general de lo que lo que representa la labor de consultoría, así como los aspectos que integran los procesos metodológicos que le permitan analizar problemas de las empresas, diagnosticarlos y tomar decisiones para su solución. A través de los contenidos, se intenta promover el aprendizaje de frontera y el manejo de herramientas que habiliten al Maestro en Gestión de Organizaciones a ejercer su profesión con una visión basada en paradigmas actuales que toma como referente básico la gestión estratégica de las empresas en un mundo global.

III. OBJETIVOS GENERALES

Al finalizar este curso, el alumno estará capacitado para:

1. Reflexionar y debatir sobre los elementos teóricos de la consultoría empresarial y las características y problemas de las áreas funcionales de toda organización.
2. Llevar a cabo la aplicación práctica de los procesos de la consultoría organizacional que le permitan enfrentar problemas reales en organizaciones y plantear soluciones viables y aplicables.
3. Fomentar y reforzar en las organizaciones una cultura sustentada en valores humanos, que coadyuve al alcance de los objetivos institucionales tanto como las de los colaboradores.

IV. ARTICULACIÓN CON LOS EJES

El eje teórico está representado por los conocimientos básicos que obtiene el estudiante acerca de la naturaleza de la consultoría, de las áreas de aplicación de la misma y de los procesos metodológicos para solucionar problemas detectados.

El eje heurístico se aborda a través de la aplicación práctica de esos conocimientos a la solución de problemas organizacionales que corresponden a la realidad.

Finalmente, el eje axiológico se encuentra en las políticas educativas de la institución y del propio plan de estudios orientado a la formación integral del estudiante, centrada no sólo en el conocimiento sino también en el conjunto de actitudes y valores humanos y sociales que lo involucren significativamente con el papel y la responsabilidad que tiene como emprendedor, directivo o consultor de empresas dentro de una sociedad.

Con lo anterior, se cumple con la articulación de los tres ejes, desarrollando en el alumno sus capacidades integrales del *saber*, del *saber hacer* y del *saber ser* a través del crecimiento personal y social.

V. UNIDADES DE COMPETENCIA

1. Razón de ser y propósitos de la consultoría.
 - 1.1. Naturaleza de la consultoría
 - 1.2. Concepto
 - 1.3. Propósitos
 - 1.4. Importancia para el desarrollo organizacional y social
 - 1.5. Dimensiones
 - 1.6. El consultor: rol y habilidades
 - 1.7. Formas de intervención
2. Áreas de intervención
 - 2.1. Estrategia y crecimiento
 - 2.2. Producción
 - 2.3. Mercadeo y ventas
 - 2.4. Control financiero
 - 2.5. Capital humano
 - 2.6. Estructura organizacional
 - 2.7. Sistemas de comunicación
3. El proceso de consultoría
 - 3.1. Contacto y promoción.
 - 3.2. Prediagnóstico.
 - 3.3. Diagnóstico de la situación actual
 - 3.4. Propuesta de mejoras y plan de acción
 - 3.5. Promoción del aprendizaje
 - 3.6. Diseño de la propuesta y de los sistemas de ayuda
 - 3.7. Implantación de mejoras
 - 3.8. Seguimiento y evaluación de la implantación
 - 3.9. Cierre de la consultoría
 - 3.10. Elaboración del informe
 - 3.11. Seguimiento y evaluación
4. Herramientas para la competitividad
 - 4.1. Guías empresariales
 - 4.2. Programas de modernización empresarial
 - 4.3. Autodiagnóstico
 - 4.4. Simulador de negocios
 - 4.5. Benchmarking

5. Estrategias de mejoramiento
 - 5.1. El mejoramiento continuo
 - 5.2. Gestión de la Empresa Ecológicamente Responsable (ESR)
 - 5.3. Gestión de la Empresa Socialmente Responsable (EER)
6. Aplicaciones prácticas.
 - 6.1. Diagnóstico organizacional
 - 6.2. Diseño de la propuesta
 - 6.3. Implementación
 - 6.4. Informe de resultados

VI. ESTRATEGIAS METODOLÓGICAS

Enseñanza

Exposición de temas.

Establecimiento de espacios de reflexión y análisis grupal respecto de los temas tratados.

Propuestas de aplicación de competencias adquiridas a procesos de consultoría en empresas reales.

Aprendizaje

Lectura de bibliografía.

Análisis y discusión de la temática vista en clase.

Estructuración de procesos de análisis de problemas.

Trabajo en equipo para la realización de consultoría.

VII. APOYOS DIDÁCTICOS

- Equipo de cómputo y multimedia, proyector, video tutoriales, material didáctico, antología, plan de trabajo, presentación en diapositivas electrónicas, pintarrón, marcadores, borrador, procesador de texto y datos

VIII. EVALUACIÓN DEL DESEMPEÑO

TÉCNICAS.	CRITERIOS.	PORCENTAJE.
Resolución de problemas y casos.	Teórico/Heurístico	20 %
Investigación sobre temas asignados.	Teórico/Heurístico	20 %
Trabajo práctico de consultoría organizacional	Heurístico/Axiológico	50 %
Autoevaluación	Heurístico/Axiológico	10%
Total		100 %

IX. REFERENCIAS

Álvarez, Martín G. (2002). *La consultoría ¿Un bien necesario para mi empresa?* Panorama. México.

Arias G., Fernando (2002). *Pequeñas y Medianas Empresas*. Trillas. México.

Barba Álvarez, Antonio (2000). *Cambio organizacional y cambio en los paradigmas de la Administración*. UAM de Iztapalapa. México.

Gray, Douglas A. (2007). *Consulting Business. International Self Counsel Press*. 8a.edition. Bellingham USA.

Rodríguez M., Darío (2005). *Diagnóstico Organizacional*. 6ª. Edición. Alfaomega. México.

Rodríguez M., Darío (2006). *Gestión Organizacional, elementos para su estudio*. 4ª. Edición. Alfaomega. México.

Silverman, Mel (2007). *The Consultant's Tool Kit*. Mc Graw Hill. USA.

Stroh, Linda K. / Jhonson, Homer H. (2006). *The basic principles of effective consulting*. Laurence. USA .



UNIVERSIDAD VERACRUZANA

INSTITUTO DE INVESTIGACIONES Y ESTUDIOS SUPERIORES DE LAS CIENCIAS ADMINISTRATIVAS



COORDINACIÓN DE ESTUDIOS DE POSGRADO

PROGRAMA DE ESTUDIO

DATOS GENERALES					
ECONÓMICO-ADMINISTRATIVA		MAESTRÍA EN GESTIÓN DE ORGANIZACIONES		I.I.E.S.C.A.	
ÁREA ACADÉMICA		POSGRADO		ENTIDAD	
2010	OPTATIVA		CONSOLIDACIÓN		
PLAN DE ESTUDIOS	CÓDIGO		ÁREA CURRICULAR		
DESARROLLO ORGANIZACIONAL					
NOMBRE DE LA EXPERIENCIA EDUCATIVA					
ADMINISTRACIÓN					
ACADEMIA POR ÁREA DE CONOCIMIENTO					
F08 ADMINISTRACIÓN ESTRATÉGICA II					
REQUISITOS					
CURSO	3	45	6		
MODALIDAD	HORAS /SEMANA/MES	TOTAL DE HORAS	CRÉDITOS		
MAYO/2012					
FECHA DE ELABORACIÓN	FECHA DE APROBACIÓN		FECHA DE LA ÚLTIMA MODIFICACIÓN		
JUAN MANUEL ORTIZ GARCÍA, DANIEL ARMANDO OLIVERA GÓMEZ, MILAGROS CANO FLORES					
NOMBRE DE LOS ACADÉMICOS QUE PARTICIPARON EN LA ELABORACIÓN DEL PROGRAMA					
NOMBRE DE LOS ACADÉMICOS QUE PARTICIPARON EN LA MODIFICACIÓN DEL PROGRAMA					

I. INTRODUCCIÓN

Las organizaciones, al igual que todo ser vivo, deben de buscar continuamente adaptarse a los constantes cambios de los entornos a los que pertenezcan, a fin de sobrevivir y posicionarse ventajosamente en los mercados. Ello, representa un gran reto que requiere de la participación de gente preparada profesionalmente tanto en el aspecto cognitivo como en la aplicación práctica a problemas previamente detectados.

El presente curso está orientado a contribuir a la formación de profesionales en esta área del conocimiento a través del establecimiento de un espacio de reflexión sobre los conceptos, las estrategias y las herramientas necesarias para facilitar la comprensión, el análisis y la puesta en práctica de aspectos relacionados con el quehacer del profesional de la Ciencia Administrativa, en su rol de agente de cambio en las organizaciones.

II. FUNDAMENTACIÓN

Las organizaciones, creadas para satisfacer de la manera más eficientemente posible las necesidades humanas, enfrentan panoramas bastante complejos en un mundo cada vez más globalizado. Ello, les obliga a buscar mecanismos para lograr ser competitivas, sobre todo, en un contexto de rápidos cambios a los se deben de adaptar si pretenden continuar con su desarrollo armónico.

Es aquí donde la labor del administrador de organizaciones adquiere un papel de suma importancia ya que, al asumir el rol de agente de cambio, se convierte en el centro del desarrollo organizacional que a la vez requiere de la transformación individual, considerando la importancia de los recursos humanos con que cuenta la organización.

Ante esta situación, las instituciones educativas responsables con su entorno, responden a través de la formación profesional de recursos humanos capaces de contribuir con sus competencias al desarrollo organizacional y por ende social.

En este marco, el Instituto de Investigaciones y Estudios Superiores de las Ciencias Administrativas (I.I.E.S.C.A), contempla dentro de la estructura curricular de la Maestría en Gestión de Organizaciones, una experiencia educativa relacionada con el crecimiento de las organizaciones. El curso denominado Desarrollo Organizacional, tiene como propósito establecer los marcos referenciales y metodológicos que permitan al estudiante de posgrado, adquirir las herramientas necesarias para asumir de manera eficiente su función como agente de cambio de las organizaciones.

III. OBJETIVOS GENERALES

Al finalizar este curso, el participante estará capacitado para:

1. Realizar análisis críticos de los aspectos relacionados con el quehacer de la tarea organizacional y su orientación al desarrollo de las organizaciones.
2. Con base en este análisis, estructurar y en su caso implementar estrategias de intervención relacionadas con el desarrollo organizacional, tomando como plataforma diagnósticos previamente elaborados.
3. Fomentar y reforzar en las organizaciones una cultura sustentada en valores humanos, que coadyuve al alcance de los objetivos institucionales tanto como los de los colaboradores.

IV. ARTICULACIÓN CON LOS EJES

Con el cumplimiento de los dos primeros objetivos, el estudiante estará integrando los ejes teórico y heurístico propuestos por el Modelo Educativo Flexible Integral de nuestra Casa de Estudios, al reflexionar sobre los aspectos inherentes al cambio humano y organizacional, y al realizar propuestas de intervención para la solución a problemas específicos de esta naturaleza; el tercer objetivo, articula el eje axiológico al promover en el participante la adquisición de valores humanos y de trabajo en equipo. Con lo anterior, se cumple con la articulación de los tres ejes de la educación, desarrollando en el alumno sus capacidades integrales del *saber*, del *saber hacer* y del *saber ser*, contribuyendo con ello a su desarrollo personal y profesional.

V. UNIDADES DE COMPETENCIA

1. Conceptualización básica
 - 1.1. La organización y sus entornos
 - 1.1.1.Social
 - 1.1.2.Económico
 - 1.1.3.Político
 - 1.1.4.Cultural
 - 1.1.5.Ecológico
 - 1.2. De los propósitos a la tarea organizacional
 - 1.3. La organización como un sistema
 - 1.4. Necesidad de cambio: El cambio planificado
 - 1.5. El concepto de Desarrollo Organizacional (DO)
 - 1.6. Antecedentes y evolución
 - 1.7. El agente del DO
 - 1.8. Ética profesional
2. El proceso del DO
 - 2.1. Contacto y contrato
 - 2.2. Diagnóstico
 - 2.3. Análisis de la información
 - 2.4. Retroalimentación de la información
 - 2.5. Diseño de la intervención
 - 2.6. Gestión del cambio
 - 2.7. Evaluación e institucionalización del DO
3. Herramientas metodológicas para el diagnóstico
 - 3.1. Centradas en un enfoque prescriptivo
 - 3.1.1.La observación

- 3.1.2.La encuesta
 - 3.1.3.La entrevista
 - 3.2. Centradas en un enfoque participativo
 - 3.2.1.Los grupos focales
 - 3.2.2.Lluvia de ideas
 - 3.2.3.Técnica de Delfos
 - 3.2.4.Phillips 666
 - 3.2.5.Entrevistas grupales
 - 3.3. Uso mezclado de los dos enfoques
 - 3.3.1.Técnica aplicando la Ley de Pareto
 - 3.3.2.Técnica Causa Efecto de Ishikawa
- 4. Áreas de intervención para el cambio
 - 4.1.Cambio estratégico
 - 4.1.1.Modelo ambiental
 - 4.1.2.Estrategias competitivas
 - 4.1.3.Estrategias de colaboración
 - 4.2.Intervenciones tecnoestructurales
 - 4.2.1.Diseño estructural
 - 4.2.2.Reestructuración
 - 4.2.3.Reingeniería
 - 4.3.Procesos humanos
 - 4.3.1.Basados en los procesos individuales
 - 4.3.2.Basados en las relaciones interpersonales
 - 4.3.3.Basados en los procesos grupales
 - 4.3.4.Basados en el enfoque del proceso organizacional
 - 4.4.Gestión del capital humano
 - 4.4.1.Con base en la provisión y aplicación del capital humano
 - 4.4.2.Con base en el cuidado y conservación del capital humano
 - 4.4.3.Con base en el desarrollo del capital humano
- 5. Aplicaciones prácticas
 - 5.1. Diagnósis organizacional
 - 5.2. Diseño de la propuesta
 - 5.3. Implementación
 - 5.4. Informe de resultados

VI. ESTRATEGIAS METODOLÓGICAS

Enseñanza

- Exposición de temas.
- Establecimiento de espacios de reflexión y análisis grupal respecto de los temas tratados.
- Propuestas de aplicación de competencias adquiridas a procesos de consultoría en empresas reales.

Aprendizaje

- Lectura de bibliografía.
- Análisis y discusión de la temática vista en clase.
- Estructuración de procesos de análisis de problemas.
- Trabajo en equipo para la realización de consultoría.

VII. APOYOS DIDÁCTICOS

- Equipo de cómputo y multimedia, proyector, video tutoriales, material didáctico, antología, plan de trabajo, presentación en diapositivas electrónicas, pintarrón, marcadores, borrador, procesador de texto y datos

VIII. EVALUACIÓN DEL DESEMPEÑO

TÉCNICAS.	CRITERIOS.	PORCENTAJE.
Resolución de problemas y casos.	teórico/Heurístico	30 %
Investigación sobre temas asignados.	teórico /Heurístico	20 %
Trabajo práctico de consultoría organizacional	Heurístico/Axiológico	50 %
Autoevaluación	Heurístico/Axiológico	
Total		10%
		100 %

IX. REFERENCIAS

- Audirac Camarena, Carlos Augusto (2007). *ABC del Desarrollo Organizacional*. Trillas. México.
- Cummings, Thomas G. y Worley, Christopher G. (2007). *Desarrollo Organizacional y cambio*. 8va. Edición. Thompson. México.
- De Faria Mello, Fernando A. (2010). *Desarrollo Organizacional*. Enfoque integral. Limusa. México.
- French, Wendell R., Bell Jr., Cecil H. y Zawacki, Robert A (2009). *Desarrollo Organizacional. Transformación y administración efectiva del cambio*. 6a. edición. México.
- Garzón Castrillón, Manuel Alonso (2205). *El desarrollo organizacional y el cambio planeado*. Universidad del Rosario, Facultad de Administración. Argentina.
- Gaynor, Erick (2010). *Cambio organizacional y desarrollo organizacional*. <http://www.theodoinstitute.org/>. Argentina.
- Guízar M, Rafael (2005). *Desarrollo Organizacional. Principios y aplicaciones*. Mc Graw-Hill. México.



UNIVERSIDAD VERACRUZANA

INSTITUTO DE INVESTIGACIONES Y ESTUDIOS SUPERIORES DE LAS CIENCIAS ADMINISTRATIVAS



COORDINACIÓN DE ESTUDIOS DE POSGRADO

PROGRAMA DE ESTUDIO

DATOS GENERALES				
ECONÓMICO-ADMINISTRATIVA		MAESTRÍA EN GESTIÓN DE ORGANIZACIONES		I.I.E.S.C.A.
ÁREA ACADÉMICA		POSGRADO		ENTIDAD
2010	OPTATIVA		CONSOLIDACIÓN	
PLAN DE ESTUDIOS	CÓDIGO		ÁREA CURRICULAR	
GESTIÓN ESTRATÉGICA DEL CAPITAL HUMANO				
ADMINISTRACIÓN				
ACADEMIA POR ÁREA DE CONOCIMIENTO				
F08 ADMINISTRACIÓN ESTRATÉGICA II				
REQUISITOS				
CURSO	3	45	6	
MODALIDAD	HORAS /SEMANA/MES	TOTAL DE HORAS	CRÉDITOS	
SEPTIEMBRE/2008			MAYO/2012	
FECHA DE ELABORACIÓN	FECHA DE APROBACIÓN		FECHA DE LA ÚLTIMA MODIFICACIÓN	
JUAN MANUEL ORTIZ GARCÍA, DANIEL ARMANDO OLIVERA GÓMEZ, MILAGROS CANO FLORES				
NOMBRE DE LOS ACADÉMICOS QUE PARTICIPARON EN LA ELABORACIÓN DEL PROGRAMA				
JUAN MANUEL ORTIZ GARCÍA, DANIEL ARMANDO OLIVERA GÓMEZ, MILAGROS CANO FLORES				
NOMBRE DE LOS ACADÉMICOS QUE PARTICIPARON EN LA MODIFICACIÓN DEL PROGRAMA				

I. INTRODUCCIÓN

No se puede soslayar el hecho de que de los recursos con los que cuenta la organización, el recurso humano es el que cobra mayor relevancia dada su vitalidad. Bajo este concepto, la gestión de estos recursos requiere del desarrollo de competencias a nivel profesional.

El presente curso está orientado a establecer un espacio de reflexión sobre los conceptos, las estrategias y las herramientas necesarias para facilitar la comprensión y el análisis del proceso de gestión de capital humano en las organizaciones –ya sean de carácter público, privado o no gubernamental-, así como crear las condiciones para la aplicación práctica de las competencias resultantes, a casos específicos de la tarea organizacional que requiera de la gestión de este capital.

II. FUNDAMENTACIÓN

El ser humano, como organismo limitado para la plena satisfacción de sus necesidades, se ha visto en la necesidad de crear entidades sociales conocidas hoy en día como organizaciones. Estas entidades requieren para su cabal funcionamiento, de una serie de recursos que importa del entorno al cual pertenece, y al cual devuelve productos transformados en bienes o servicios que de una u otra manera, satisfacen la amplia gama de necesidades humanas. Recursos de carácter financiero, tecnológico, material y humano son considerados de suma importancia para el logro de los propósitos planteados por la organización.

De ellos, los humanos son los que tienen preminencia sobre los demás recursos, dado que son los únicos recursos vivos, condición que permite hacer funcionar a los que se consideran inertes. Conocimientos, aptitudes, habilidades, actitudes, personalidad y cultura, son algunos de los elementos que integran el concepto de Recursos Humanos.

Considerando la importancia de estos recursos para el adecuado funcionamiento de cualquier organización, y contemplados como uno de los capitales de mayor relevancia para la tarea organizacional, se hace necesario establecer estrategias para su gestión a fin de, por un lado, se cuente con el recurso necesario para alcanzar los propósitos de la organización y por el otro, se contribuya a la satisfacción laboral del colaborador; ello, en el sentido de lograr beneficios comunes entre la organización, las personas que la integran y la sociedad en la que se desarrollan y a la cual se deben.

El Instituto de Investigaciones y Estudios Superiores de las Ciencias Administrativas (I.I.E.S.C.A) de la Universidad Veracruzana, consciente de la importancia de estos recursos y de su gestión, ha incluido en la currícula de la Maestría en Gestión de Organizaciones una experiencia orientada al estudio del capital humano. El curso denominado *Gestión Estratégica del Capital Humano para la competitividad organizacional* tiene como fin proporcionar a los estudiantes de esta Maestría un marco teórico-conceptual que le permita adquirir conocimientos, desarrollar habilidades y modificar las actitudes necesarias para realizar la gestión del recurso humano en las entidades del entorno social donde se desarrollen como profesionales de la administración.

III. OBJETIVOS GENERALES

Al finalizar este curso, el participante estará capacitado para:

1. Realizar un análisis crítico de la naturaleza, importancia y proceso de la gestión del capital humano en las organizaciones.

2. Con base en este análisis, estructurar y en su caso implementar programas de intervención en el campo de la gestión de capital humano, tomando como plataforma diagnósticos previamente elaborados.
3. Fomentar y reforzar en las organizaciones una cultura sustentada en valores humanos, que coadyuve al alcance de los objetivos institucionales tanto como los de los colaboradores y de la sociedad a la que pertenecen.

IV. ARTICULACIÓN CON LOS EJES

Con el cumplimiento de los dos primeros objetivos, el estudiante estará integrando los ejes teórico y heurístico propuestos por el Modelo Educativo Flexible Integral de nuestra Casa de Estudios, al reflexionar sobre los aspectos inherentes al cambio humano y organizacional, y al realizar propuestas de intervención para la solución a problemas específicos de esta naturaleza; el tercer objetivo, articula el eje axiológico al promover en el participante la adquisición de valores humanos y de trabajo en equipo. Con lo anterior, se cumple con la articulación de los tres ejes de la educación, desarrollando en el alumno sus capacidades integrales del saber, del saber hacer y del saber ser, contribuyendo con ello a su desarrollo personal y profesional.

V. UNIDADES DE COMPETENCIA

1. Del concepto de organización al de Gestión del Capital Humano
 - 1.1. El ser humano y su condición biológica-psicológica y sociocultural
 - 1.2. La esfera de las necesidades humanas
 - 1.3. Las organizaciones: un constructo para la satisfacción de necesidades humanas
 - 1.4. Los objetivos organizacionales y la división del trabajo
 - 1.5. La necesidad de organizar el trabajo en las organizaciones
 - 1.6. El Análisis de Puestos como punto de partida para organizar el trabajo humano en las organizaciones
 - 1.7. La Administración de los Recursos Humanos como herramienta administrativa de la Organización
 - 1.8. ¿Por qué gestión estratégica del capital humano?
 - 1.9. La gestión estratégica del capital humano desde el enfoque de sistemas
2. Incorporación de capital humano a la organización
 - 2.1. Planificación de personal
 - 2.2. Reclutamiento de personal
 - 2.3. Selección de personal
 - 2.4. Inducción de personal
 - 2.5. Contratación de personal
3. Conservación y retención del capital humano
 - 3.1. Motivación de personal
 - 3.2. Higiene y Seguridad laboral
 - 3.3. Clima organizacional
 - 3.4. Sistemas de retribución basados en la valuación de puestos
 - 3.5. Beneficios sociales

4. Desarrollo del capital humano

- 4.1. Naturaleza de la educación para adultos
- 4.2. El Diagnóstico de Necesidades de Capacitación (DNC)
- 4.3. El proceso de capacitación
- 4.4. Planes de carrera

5. Control de las funciones de gestión de capital humano

- 5.1. Sistemas de información de capital humano
- 5.2. Auditoría de la gestión de capital humano

VI. ESTRATEGIAS METODOLÓGICAS

Enseñanza

- Exposición de temas.
- Establecimiento de espacios de reflexión y análisis grupal respecto de los temas tratados.
- Propuestas de aplicación de competencias adquiridas a procesos de consultoría en empresas reales.

Aprendizaje

- Lectura de bibliografía.
- Análisis y discusión de la temática vista en clase.
- Estructuración de procesos de análisis de problemas.
- Trabajo en equipo para la realización de consultoría.

VII. APOYOS DIDÁCTICOS

- Equipo de cómputo y multimedia, proyector, video tutoriales, material didáctico, antología, plan de trabajo, presentación en diapositivas electrónicas, pintarrón, marcadores, borrador, procesador de texto y datos

VIII. EVALUACIÓN DEL DESEMPEÑO

TÉCNICAS.	CRITERIOS.	PORCENTAJE.
Resolución de problemas y casos.	Teórico/Heurístico	30 %
Investigación sobre temas asignados.	Teórico /Heurístico	20 %
Trabajo práctico de consultoría organizacional	Heurístico/Axiológico	50 %
Total		100%

IX. REFERENCIAS

- Alles, Martha Alicia (2006). *Dirección estratégica de recursos humanos: gestión por competencias*. Granica. Argentina.
- Arias Galicia Fernando y Heredia Espinosa, Víctor (2006). *Administración de recursos humanos para el alto desempeño*. Trillas. México
- Ayala, Espinosa, Fernando (2008). *Diccionario bilingüe de términos de recursos humanos y administración*. Limusa. México.
- Chiavenato, Idalberto (2002). *Gestión del Talento Humano. El nuevo papel de los recursos humanos en las organizaciones*. Mc Graw-Hill Interamericana. Colombia.
- Dessler, Gary (2001). *Administración de Personal*. Pearson Educación. México.
- Puchol, Luis (2005). *Nuevos casos en dirección y gestión de recursos humanos*. Díaz de Santos. España.
- Puchol, Luis (2006). *Dirección y gestión de recursos humanos*. Díaz de Santos. España.
- Reza Trosino, Jesús Carlos (2010). *Instrumentos básicos para la gestión efectiva de recursos humanos en las organizaciones*. 1ª. Edición. Panorama. México.
- Reza Trosino, Jesús Carlos (2010). *Gestión efectiva de recursos humanos en las organizaciones: en enfoque sistémico*. 1ª. Edición. Panorama. México.
- Tarango Julián, José Pedro (2009). *Operaciones administrativas de recursos humanos*. CEYSA. México.
- Ulrich, Dave (2009). *Recursos Humanos Champions*. Granica. México.
- Ulrich, Dave (2008). *Evaluación de resultados: el nuevo desafío para profesionales de recursos humanos*. Granica. España.
- Werther, William (2008). *Administración de recursos humanos: el capital humano de las empresas*. Mc Graw-Hill Interamericana. México.



UNIVERSIDAD VERACRUZANA

INSTITUTO DE INVESTIGACIONES Y ESTUDIOS SUPERIORES DE LAS CIENCIAS ADMINISTRATIVAS



COORDINACIÓN DE ESTUDIOS DE POSGRADO

PROGRAMA DE ESTUDIO

DATOS GENERALES			
ECONÓMICO-ADMINISTRATIVA	MAESTRÍA EN GESTIÓN DE ORGANIZACIONES	I.I.E.S.C.A.	
ÁREA ACADÉMICA	POSGRADO	ENTIDAD	
2010	OPTATIVA	CONSOLIDACIÓN	
PLAN DE ESTUDIOS	CÓDIGO	ÁREA CURRICULAR	
ESTRATEGIAS PARA LA COMPETITIVIDAD			
NOMBRE DE LA EXPERIENCIA EDUCATIVA			
ADMINISTRACIÓN			
ACADEMIA POR ÁREA DE CONOCIMIENTO			
F08 ADMINISTRACIÓN ESTRATÉGICA II			
REQUISITOS			
CURSO	3	45	6
MODALIDAD	HORAS /SEMANA/MES	TOTAL DE HORAS	CRÉDITOS
SEPTIEMBRE/2008			MAYO/2012
FECHA DE ELABORACIÓN	FECHA DE APROBACIÓN	FECHA DE LA ÚLTIMA MODIFICACIÓN	
MILAGROS CANO FLORES, JORGE RAMIREZ JUAREZ, TERESA GARCÍA LÓPEZ, YOLANDA RAMÍREZ VÁZQUEZ.			
NOMBRE DE LOS ACADÉMICOS QUE PARTICIPARON EN LA ELABORACIÓN DEL PROGRAMA			
MILAGROS CANO FLORES, JORGE RAMIREZ JUAREZ, TERESA GARCÍA LÓPEZ, DANIEL OLIVERA GÓMEZ			
NOMBRE DE LOS ACADÉMICOS QUE PARTICIPARON EN LA MODIFICACIÓN DEL PROGRAMA			

I. INTRODUCCIÓN

El curso se orienta al estudio de la competitividad en los diferentes niveles, desde la empresa hasta el nivel internacional, por lo que se orienta a analizar sus características, dimensiones, requisitos y los factores que influyen en la competitividad en cada uno de estos niveles y en el establecimiento de estrategias para la mejora.

II. FUNDAMENTACIÓN

Este curso le permitirá al estudiante adquirir no sólo los conocimientos teóricos, sino involucrarse en el análisis de los diferentes ambientes en los que actúa la empresa y a partir de ahí plantear estrategias que contribuyan a la mejora de la productividad en los diferentes niveles de actuación. Así mismo, estará en posibilidades de desarrollar procesos de organización de *clusters* a nivel territorial con lo que se promoverá el aprendizaje de frontera y el manejo de herramientas que habiliten al maestro en gestión de organizaciones a administrar con una nueva visión basada en paradigmas actuales que toma como referente básico la gestión estratégica de las empresas en un mundo global.

III. OBJETIVOS GENERALES

Al finalizar este curso, el alumno estará capacitado para:

1. Reflexionar y debatir sobre los elementos teóricos acerca de la competitividad y su importancia en la administración de las organizaciones modernas, su forma de operación riesgos y problemas, los retos que le representa el enfrentar mercados globales en los que la característica fundamental es el cambio y el alto nivel de competitividad.
2. Llevar a cabo la aplicación práctica de los procesos de análisis de competitividad a nivel de empresa, territorial y nacional. Aplicar los conocimientos necesarios para identificar, analizar y proponer mejoras a la competitividad de las empresas para que estén en condiciones de enfrentar la competencia en mercados globales.
3. Fomentar y reforzar en las organizaciones una cultura sustentada en valores humanos, que coadyuve al alcance de los objetivos institucionales tanto como las de los colaboradores.

IV. ARTICULACIÓN CON LOS EJES

El eje teórico está representado por los conocimientos que obtiene el estudiante acerca de la competitividad en general, sus dimensiones y características en los niveles empresarial, territorial, nacional e internacional. Así como en el estudio de los *clusters*, su importancia, proceso de constitución, formas de operación y promoción de su desarrollo.

El eje heurístico se aborda a través de la aplicación práctica del proceso de análisis de la competitividad en los diferentes niveles, desde empresa hasta el nivel internacional y el desarrollo de propuestas para la mejora de la competitividad.

El eje axiológico se encuentra en las políticas educativas de la institución y del propio plan de estudios orientado a la formación integral del estudiante, centrada no sólo en el conocimiento sino también en el conjunto de actitudes y valores humanos y sociales que lo involucren

significativamente con el papel y la responsabilidad que tiene como emprendedor, directivo o consultor de empresas dentro de una sociedad.

V. UNIDADES DE COMPETENCIA

1. Marco teórico de la competitividad
 - 1.1. Importancia de la competitividad empresarial
 - 1.2. Elementos de la competitividad empresarial
 - 1.3. Requisitos y situaciones para la competitividad
 - 1.4. Estrategias, pautas y dimensiones para la competitividad
 - 1.5. Cambios en la cultura competitiva
2. Competitividad de la empresa
 - 2.1. La competitividad microeconómica
 - 2.2. El entorno empresarial
 - 2.3. Niveles de la competitividad empresarial
 - 2.4. Factores de la competitividad empresarial
 - 2.5. Perfil competitivo de la empresa
3. Competitividad territorial
 - 3.1. La promoción del desarrollo territorial
 - 3.2. Variables importantes en el plano territorial
 - 3.3. El papel de las instituciones en el desarrollo territorial
 - 3.4. El rol de los gobiernos territoriales
 - 3.5. Lineamientos de política regional para la competitividad
 - 3.6. Estrategia regional para la competitividad
4. Competitividad nacional
 - 4.1. Competitividad sectorial
 - 4.2. Fundamentos de la competitividad nacional
 - 4.3. Políticas de gobierno y entorno empresarial
 - 4.4. Perfil competitivo nacional
5. Competitividad internacional
 - 5.1. Estrategia de internacionalización y globalización
 - 5.2. Principios para la internacionalización y globalización
 - 5.3. Nuevas estrategias de internacionalización y globalización
 - 5.4. Internacionalización y globalización basada en la ventaja competitiva
6. Los clústeres
 - 6.1. Dimensión geográfica de los clústeres
 - 6.2. Los clústeres en economía de desarrollo
 - 6.3. El papel del gobierno en el mejoramiento de clústeres
 - 6.4. El rol del sector privado en la mejora de clústeres

VI. ESTRATEGIAS METODOLÓGICAS

Enseñanza

- Exposición de temas.
- Análisis grupal de problemas de competitividad.
- Análisis de modelos de competitividad en sus diferentes niveles.

Aprendizaje

- Lectura de bibliografía.
- Estructuración de procesos de análisis de competitividad.
- Trabajo en equipo para el análisis de competitividad en una empresa.
- Trabajo en equipo para la estructuración de un clúster.

VII. APOYOS DIDÁCTICOS

- Equipo de cómputo y multimedia, proyector, video tutoriales, material didáctico, antología, plan de trabajo, presentación en diapositivas electrónicas, pintarrón, marcadores, borrador, procesador de texto y datos

VIII. EVALUACIÓN DEL DESEMPEÑO

TÉCNICAS	CRITERIOS	PORCENTAJE
Trabajo de análisis de competitividad	Teórico - Heurístico	20 %
Resolución de problemas y casos	Heurístico	30 %
Trabajo práctico	Axiológico	50 %
Total.		100 %

IX. REFERENCIAS

- Barba Álvarez, Antonio (2000). *Cambio organizacional y cambio en los paradigmas de la administración*. UAM Iztapalapa. México.
- Hax, Arnold y Majluf, Nicolás (1997). *Estrategia para el liderazgo competitivo*. Granica. Buenos Aires.
- Hermans, Michel (2003). *Small and médium Sized Enterprises: Restructuring in a context of transition. A shared process*. CEPAL. Chile.
- Paley, Norton (2008) *Mastering the rules of competitive strategy: A source guide for managers*. Averbach Publications. Hardcover.
- Porter, M. (1982). *Estrategia competitiva*. CECSA. México
- Porter, M. (2000). *Estrategia competitiva: técnica para el análisis de los sectores industriales y de la competencia*. CECSA. México.
- Porter, M.E. (1985). *Competitive Advantage*. Free Press. New York.
- Porter, Michael (1999). *Ser competitivo*. Bilbao.
- Porter, Robert (1995). *Guía de las alianzas en los negocios*. 1a. Edición. CECSA. México.
- Kaplan, Robert S. / Norton, David P. (2004). *Mapas Estratégicos*. Gestión 2000. Barcelona.

Spulbert, Danniell F. (2007) *Global Competitive Strategy*. Cambridge University Press. Hardcover.
Walker, Gordon (2007) *Modern Competitive Strategy*. Mc Graw Hill. México.
Wheelen, T.L. /Hunger, J.D. (2006) *Introduction to strategic management and business policy*. 10a.
edition. Pearson. Prentice Hall. USA



UNIVERSIDAD VERACRUZANA

INSTITUTO DE INVESTIGACIONES Y ESTUDIOS SUPERIORES DE LAS CIENCIAS ADMINISTRATIVAS



COORDINACIÓN DE ESTUDIOS DE POSGRADO PROGRAMA DE ESTUDIO

DATOS GENERALES			
ECONÓMICO-ADMINISTRATIVA		MAESTRÍA EN GESTIÓN DE ORGANIZACIONES	
I.I.E.S.C.A.			
ÁREA ACADÉMICA		POSGRADO	
ENTIDAD			
2010	OPTATIVA	CONSOLIDACIÓN	
PLAN DE ESTUDIOS	CÓDIGO	ÁREA CURRICULAR	
SISTEMAS DE CALIDAD			
NOMBRE DE LA EXPERIENCIA EDUCATIVA			
ORGANIZACIÓN Y SISTEMAS			
ACADEMIA POR ÁREA DE CONOCIMIENTO			
F07 ESTADÍSTICA APLICADA A LA ADMINISTRACIÓN			
REQUISITOS			
CURSO	3	45	6
MODALIDAD	HORAS /SEMANA/MES	TOTAL DE HORAS	CRÉDITOS
SEPTIEMBRE/2008		MAYO/2012	
FECHA DE ELABORACIÓN	FECHA DE APROBACIÓN	FECHA DE LA ÚLTIMA MODIFICACIÓN	
ANA MARÍA DÍAZ CERÓN Y BEATRIZ MENESES AGUIRRE			
NOMBRE DE LOS ACADÉMICOS QUE PARTICIPARON EN LA ELABORACIÓN DEL PROGRAMA			
ANA MARÍA DÍAZ CERÓN			
NOMBRE DE LOS ACADÉMICOS QUE PARTICIPARON EN LA MODIFICACIÓN DEL PROGRAMA			

I. INTRODUCCIÓN

El curso tiene carácter formativo e informativo, orientado al análisis de los aspectos relacionados con el enfoque contemporáneo de la administración de la calidad. En este programa los estudiantes, a través del análisis de teorías que han llevado al desarrollo del concepto de la calidad y de postulados relacionados con la misma; examinarán los elementos que conforman los sistemas de gestión de la calidad, los cuales, se espera, conduzcan, al desarrollo de propuestas que se integren en procesos de mejora continua en los individuos y en las organizaciones.

II. FUNDAMENTACIÓN

Este curso le permitirá al estudiante adquirir no sólo los conocimientos teóricos, sino las habilidades y actitudes para desarrollar procesos de mejora continua. Es imperativo que en toda actividad que desarrolle el hombre se comprometa a emprender un proceso de mejora progresiva y continua, interiorizando una cultura de calidad, a través de una reflexión profunda de los enfoques y criterios básicos relacionados con ella, iniciando día a día cambios positivos.

Asimismo, se deben analizar profundamente a las organizaciones para que, a través de los individuos que las integran, se lleven a cabo procesos transformadores que impliquen el liderazgo de la calidad, y el manejo de herramientas estadísticas, que ayuden a prevenir y resolver problemas y, sobre todo, buscar oportunidades de mejora, en un entorno altamente competitivo. Las normas nacionales e internacionales a las que se tienen que ceñir actualmente estos procesos, constituyen el marco para realizar cualquier actividad productiva, por lo cual, las organizaciones deben desarrollar las capacidades particulares de todos los individuos que las integran, fomentando su creatividad y trabajo conjunto, para lograr las metas proyectadas en la visión de lo que la organización quiere llegar a ser.

III. OBJETIVOS GENERALES

Al finalizar este curso, el estudiante estará capacitado para:

1. Reflexionar y debatir sobre los elementos teóricos de la calidad en las organizaciones.
2. Contextualizar el concepto de sistema de calidad y la normalización que rige a estos sistemas en las organizaciones.
3. Aplicar los conocimientos adquiridos, a través de la teoría de calidad total y el proceso de mejora continua, en la realización de prácticas individuales y grupales.
4. Con base en este análisis, realizar diagnósticos que permitan establecer propuestas de solución a las problemáticas detectadas, así como las implantaciones y seguimiento como en el desarrollo de sistemas de calidad, seguimiento de un proceso de certificación, revisión conceptual de postulados de calidad o aplicación de herramientas específicas relacionadas con la calidad entre otras aplicaciones.
5. Promover valores universales de respeto y colaboración entre los actores de la experiencia educativa para que, se enriquezca el aprendizaje de todos, en un marco de desarrollo y fomento de la propia creatividad.

IV. ARTICULACIÓN CON LOS EJES

El eje *teórico* está representado en los objetivos a y b, al lograr la integración del conocimiento adquirido en las diversas corrientes de pensamiento.

El eje *heurístico* se refleja en el objetivo c y d en el cual, los miembros del grupo realizarán trabajos de campo en el ámbito local, participando también en debates.

El eje *axiológico*, se presenta en el objetivo e, que se orienta hacia la participación activa de los miembros de la experiencia educativa, en trabajos grupales, los que, en un marco de respeto y cooperación, desarrollen un espacio de crecimiento y desarrollo de su propia creatividad.

Con lo anterior, se cumple con la articulación de los tres ejes, desarrollando en el estudiante sus capacidades integrales del saber, del saber hacer y del crecimiento personal y social.

V. UNIDADES DE COMPETENCIA

1. Origen y desarrollo de la calidad
 - 1.1. Evolución del concepto de calidad.
 - 1.2. Generaciones de la calidad.
 - 1.3. Cultura y filosofía de calidad
 - 1.4. Importancia estratégica de la calidad.
 - 1.5. La sustentabilidad y la calidad.
2. Cambio hacia la calidad
 - 2.1. Proceso de mejora continua.
 - 2.2. Administración Tradicional vs. Administración de la Calidad.
 - 2.3. Potencial humano de la calidad.
 - 2.4. La resiliencia como estrategia de cambio.
 - 2.5. Sistema de gestión del conocimiento y calidad.
3. La dirección en la administración de la calidad
 - 3.1. Principios de dirección de calidad y excelencia.
 - 3.2. Liderazgo transformador.
 - 3.3. Competencias laborales, imperativo de los sistemas de calidad.
 - 3.4. Creatividad y calidad.
4. Calidad en un mundo globalizado
 - 4.1. Cambios en los paradigmas de significado de cultura de calidad.
 - 4.2. La idiosincrasia nacional armonizada con la calidad.
 - 4.3. Desempeño y competitividad del empresario multicultural.
 - 4.4. Desterritorialización del espacio y cambios en la temporalidad de prestación de bienes y servicios.
 - 4.5. Competitividad de las empresas nacionales en los mercados globalizados.
 - 4.6. Cánones de normalización internacional en sistemas productivos del mundo.
5. Grupos de trabajo orientados al logro de la calidad
 - 5.1. Círculos de calidad:
 - 5.1.1. Integración
 - 5.1.2. Funcionamiento
 - 5.1.3. Herramientas básicas: técnicas para prevención de fallas, control estadístico del proceso.
 - 5.2. Grupos con enfoque participativo.
 - 5.3. Grupos formales de las organizaciones para aplicar las normas de sistemas de gestión de calidad.
 - 5.4. Grupos internos de auditoría.
6. Sistemas de normas de calidad
 - 6.1. Los sistemas de gestión de calidad en el Programa Nacional de Normalización –PNN.
 - 6.2. Normas oficiales mexicanas.

- 6.3. Definición de la norma ISO.
- 6.4. El proceso de certificación en ISO 9001-2000.
- 6.5. Normatividad en la responsabilidad social empresarial.
- 6.6. Sistema de normas de gestión ambiental.
- 6.7. Premios a la calidad.

VI. ESTRATEGIAS METODOLÓGICAS

Enseñanza

- Exposición de temas.
- Análisis grupal de problemas y casos.
- Realización de prácticas de análisis de sistemas de calidad en operación.

Aprendizaje

- Lectura reflexiva de bibliografía y materiales de trabajo.
- Investigación de temas asignados por el profesor.
- Elaboración de trabajos escritos.
- Discusión colectiva de la temática.
- Resolución de ejercicios.
- Trabajo individual.

VII. APOYOS DIDÁCTICOS

- Equipo de cómputo y multimedia, proyector, video tutoriales, material didáctico, antología, plan de trabajo, presentación en diapositivas electrónicas, pintarrón, marcadores, borrador, procesador de texto y datos

VIII. EVALUACIÓN DEL DESEMPEÑO

TÉCNICAS.	CRITERIOS.	PORCENTAJE.
Exámenes escritos	Teórico	30%
Resolución de problemas y casos	Heurístico	30%
Trabajo práctico	Heurístico- Axiológico	40%
TOTAL		100 %

IX. REFERENCIAS

- Chang, Richard Y. (1999). *Las herramientas para la mejora continua de la calidad. Vol. 1 y 2.* Granica. Buenos aires, Argentina.
- Evans James R. (2008). *Managing for quality and performance excellence.* Thomson Learning. USA.

- Foster Thomas (2006). *Managing quality: integrating the supply chain*. Ed. Prentice Hall. USA.
- Gobierno de México (2008). *Ley Federal sobre Metrología y Normalización*, NYCE. México.
- Guaspari, John. (2010). *Un cuento sobre la calidad. Érase una vez una fábrica...* Norma. México.
- Gutiérrez Pulido, Humberto (2010) *Calidad Total y Productividad*. Mc.Graw Hill. México.
- Imai, Masaaki (1995). *Kaizen: la clave de la ventaja competitiva japonesa*. CECSA. México.
- Imai, Masaaki (2000). *Cómo implementar el Kaizen en el sitio de trabajo (Gemba)*. McGraw Hill. México.
- Ley Federal sobre Metrología y Normalización*. Secretaría de Comercio y Fomento Industrial. México.
- Mawby, William D. (2006). *La Gestión de la Calidad de los procesos de decisión*. Panorama. México.
- Reglamento de la Ley Federal de Metrología y Normalización*. México
- Schneider, Ben (2007). *Resiliencia: cómo construir empresas en un contexto de inestabilidad*. Editorial Norma. Colombia.
- Cantú Delgado Humberto (2001). *Desarrollo de una Cultura de Calidad*. McGraw Hill. México.
- Crosby Philip B. (2000). *La Calidad y Yo*. Prentice Hall. México.
- Díaz Mérito, Ángel. (2004) *¿Calidad? ... sí se puede*. Panorama. México.
- Eliyahu M. Golgratt. (2008). *La Meta, Un proceso de Mejora Continua*. Granica. México.
- Eliyahu M. Golgratt. (2009). *La Carrera, En busca de las Ventajas Competitivas*. Granica. México.
- García Canclini, Néstor. (2001). *La Globalización Imaginada*. Paidós. México.
- Goleman, Daniel, Kaufman, Paul y Ray Michel. (2000). *El Espíritu Creativo*. Vergara. México.
- Guajardo Garza Edmundo (2003). *Administración de la Calidad Total.*, Editorial Pax. Colombia.
- Guasch J. Luis, et al. (2007). *Quality Systems and Standards for a Competitive Edge*. Ed. World Bank Publications. Washington, D.C.
- Kotter John, y Holger Rathgeber (2007). *Nuestro témpano se derrite: Cómo cambiar y tener éxito en condiciones adversas*. Editorial Norma. Colombia.
- Kume, Hitoshi (1994). *Herramientas estadísticas básicas para el mejoramiento de la calidad*. Editorial Norma. México.
- Mundy, Lee. (2011) *A Journey to Quality Leadership: Quality3*. Quality Press, Milwaukee.
- Pulido Gutiérrez, H. (2010). *Calidad Total y Productividad*. McGraw Hill. México.



UNIVERSIDAD VERACRUZANA

INSTITUTO DE INVESTIGACIONES Y ESTUDIOS SUPERIORES DE LAS CIENCIAS ADMINISTRATIVAS



COORDINACIÓN DE ESTUDIOS DE POSGRADO

PROGRAMA DE ESTUDIO

DATOS GENERALES			
ECONÓMICO-ADMINISTRATIVA		MAESTRÍA EN GESTIÓN DE ORGANIZACIONES	
I.I.E.S.C.A.			
ÁREA ACADÉMICA		POSGRADO	
ENTIDAD			
2010	OPTATIVA	CONSOLIDACIÓN	
PLAN DE ESTUDIOS	CÓDIGO	ÁREA CURRICULAR	
ADMINISTRACIÓN DE LA RESPONSABILIDAD SOCIAL DE LA EMPRESA			
NOMBRE DE LA EXPERIENCIA EDUCATIVA			
ADMINISTRACIÓN			
ACADEMIA POR ÁREA DE CONOCIMIENTO			
NINGUNO			
REQUISITOS			
CURSO	3	45	6
MODALIDAD	HORAS /SEMANA/MES	TOTAL DE HORAS	CRÉDITOS
SEPTIEMBRE/2008		MAYO/2012	
FECHA DE ELABORACIÓN	FECHA DE APROBACIÓN	FECHA DE LA ÚLTIMA MODIFICACIÓN	
MILAGROS CANO FLORES, JORGE RAMÍREZ JUÁREZ, TERESA GARCÍA LÓPEZ, DANIEL A. OLIVERA GÓMEZ			
NOMBRE DE LOS ACADÉMICOS QUE PARTICIPARON EN LA ELABORACIÓN DEL PROGRAMA			
MILAGROS CANO FLORES, JORGE RAMÍREZ JUÁREZ, TERESA GARCÍA LÓPEZ, DANIEL A. OLIVERA GÓMEZ			
NOMBRE DE LOS ACADÉMICOS QUE PARTICIPARON EN LA MODIFICACIÓN DEL PROGRAMA			

I. INTRODUCCIÓN

La Administración de las líneas estratégicas es la Responsabilidad Social Empresarial (RSE) es muy importante para fomentar el actuar ético y responsable en temas económicos, sociales y ambientales buscando que se transmita e implemente la RSE en las actividades empresariales regionales.

II. FUNDAMENTACIÓN

Esta experiencia educativa de consolidación permite adquirir conocimientos, habilidades y actitudes requeridas para comprender, analizar, diseñar, implementar y evaluar la gestión empresarial bajo criterios de RSE.

III. OBJETIVOS GENERALES

Al finalizar este curso, el alumno estará capacitado para:

1. Analizar y explicar los marcos teórico-conceptuales, instrumentos de gestión y documentación y análisis de casos de Responsabilidad Social Empresarial
2. Reflexionar y debatir sobre la problemática administrativa que presentan las organizaciones para un desarrollo sostenido de las mismas, cuya solución requiere del conocimiento y aplicación de estrategias en Responsabilidad Social Empresarial.
3. Desarrollar conocimientos, habilidades y actitudes en la implementación conceptual, instrumental y operativa de la gestión de RSE en la empresa, para poder ser capaz de gestionar o crear un departamento de RSE en una organización privada o pública.
4. Alinear el desempeño social, ambiental y económico a la estrategia de las organizaciones a través de programas de Responsabilidad Social Empresarial y el seguimiento que le corresponda.

IV. ARTICULACIÓN CON LOS EJES

La adquisición del conocimiento específico, determinará el logro del cumplimiento del Eje Teórico mientras que su aplicación a los casos específicos determinará el logro del cumplimiento del Eje Heurístico. La contrastación con la realidad nacional, internacional y global determinará el cumplimiento del Eje Axiológico, al señalar cómo afectan las semejanzas o diferencias en valores el cumplimiento de los objetivos de las empresas.

Con lo anterior, se cumple con la articulación de los tres ejes, desarrollando en el alumno sus capacidades integrales del saber, del ser y del saber hacer y del crecimiento personal y social.

V. UNIDADES DE COMPETENCIA

1. La Responsabilidad Social Empresarial (RSE)
 - 1.1. Marco conceptual de la RSE. Orígenes y finalidades.
 - 1.2. Marco contextual de la RSE. Mundial, regional y local
 - 1.3. Fundamentación ética y dimensiones.
 - 1.4. Rol de las organizaciones en su entorno.
 - 1.5. Estrategias de RSE en las organizaciones
2. Integración de la Responsabilidad Social Empresarial
 - 2.1. Valores, transparencia y gobernabilidad.

- 2.2. Público interno.
- 2.3. Medio Ambiente.
- 2.4. Proveedores.
- 2.5. Consumidores y clientes.
- 2.6. Comunidad.
- 2.7. Gobierno y sociedad.
- 3. La Gestión de la Responsabilidad Social Empresarial
 - 3.1. El Modelo de gestión de RSE.
 - 3.2. La gestión ambiental en las organizaciones
 - 3.3. La importancia de la gestión del bienestar laboral en las empresas.
 - 3.4. Modalidades e instrumentos de RSE.
 - 3.5. Estrategias de RSE.
 - 3.6. Sistemas de evaluación e indicadores de RSE
 - 3.7. Los informes sociales con estándares internacionales

VI. ESTRATEGIAS METODOLÓGICAS

Enseñanza

- Exposición de temas.
- Desarrollo de aspectos de interés particular
- Ejemplificación de casos prácticos.

Aprendizaje

- Lectura de bibliografía.
- Resolución de ejercicios.
- Trabajo en equipo.
- Investigación de temas asignados por el profesor.
- Participación en exposiciones de temas.

VII. APOYOS DIDÁCTICOS

- Equipo de cómputo y multimedia, proyector, video tutoriales, material didáctico, antología, plan de trabajo, presentación en diapositivas electrónicas, pintarrón, marcadores, borrador, procesador de texto y datos

VIII. EVALUACIÓN DEL DESEMPEÑO

TÉCNICAS	CRITERIOS	PORCENTAJE
Exámenes escritos	Teórico	20 %
Resolución de problemas y casos	Heurístico	30 %
Trabajo práctico de RSE	Axiológico	50 %
Total		100 %

IX. REFERENCIAS

- Abreu, José Luis. Situación Actual de la RSE en el sector turístico Mexicano. *International Journal of Good Conscience*. Septiembre 2009.
- Álvarez Civantos, Oscar. *Mercado sostenible y responsabilidad social*. Editorial COMARES. Granada. 2006.
- Carneiro Carreda, Manuel. *La responsabilidad social corporativa interna*. Ediciones ESIC. Madrid. 2004.
- Epstein Marc y Birchard, Hill. *La empresa honesta. Como convertir la responsabilidad corporativa en una ventaja competitiva*. Editorial Paidós. Buenos Aires. 2001.
- Font Playán, Isabel, y Otros. *Aproximaciones a la Responsabilidad Social Empresarial*. UAM. México. 2008.
- Greaves Lainé, Patricia. *Empresarios Mexicanos ante la Responsabilidad Social. Serie Análisis del Desarrollo*. Universidad Iberoamericana. México. 2006.
- Guédez, Víctor. *Ética y práctica de la responsabilidad social empresarial*. Editorial Planeta. Caracas. 2006.
- Kliksberg, Bernardo y Tomassini, Luciano. *Capital Social y Cultura: claves estratégicas para el desarrollo*. BID-FCE. Buenos Aires. 2000.
- Lozano, Josep. *Ética y empresa*. Editorial Trotta. Valladolid, 1999.
- Mercado Salgado, Patricia y García Hernández, Patricia. *La Responsabilidad Social en Empresas del Valle de Toluca (México). Un Estudio Exploratorio*. *Revista Estudios Gerenciales*. Vol. 23. No. 102. Universidad ICESI. 2007.
- Porter, Michael y Kramer, Mark. *El vínculo entre ventaja competitiva y responsabilidad social corporativa*. *Harvard Business Review*. Diciembre 2006.



UNIVERSIDAD VERACRUZANA

INSTITUTO DE INVESTIGACIONES Y ESTUDIOS SUPERIORES DE LAS CIENCIAS ADMINISTRATIVAS



COORDINACIÓN DE ESTUDIOS DE POSGRADO

PROGRAMA DE ESTUDIO

DATOS GENERALES					
ECONÓMICO-ADMINISTRATIVA		MAESTRÍA EN GESTIÓN DE ORGANIZACIONES		I.I.E.S.C.A.	
ÁREA ACADÉMICA		POGRADO		ENTIDAD	
2010	OPTATIVA		CONSOLIDACIÓN		
PLAN DE ESTUDIOS	CÓDIGO		ÁREA CURRICULAR		
GESTIÓN DE LA INNOVACIÓN EN LAS ORGANIZACIONES					
NOMBRE DE LA EXPERIENCIA EDUCATIVA					
MERCADOTECNIA					
ACADEMIA POR ÁREA DE CONOCIMIENTO					
F03 CREATIVIDAD E INNOVACIÓN					
REQUISITOS					
CURSO	3	45	6		
MODALIDAD	HORAS /SEMANA/MES	TOTAL DE HORAS	CRÉDITOS		
MAYO/2012					
FECHA DE ELABORACIÓN	FECHA DE APROBACIÓN	FECHA DE LA ÚLTIMA MODIFICACIÓN			
ROSA MARINA MADRID PAREDONES, ROGELIO LADRÓN DE GUEVARA CORTÉS					
NOMBRE DE LOS ACADÉMICOS QUE PARTICIPARON EN LA ELABORACIÓN DEL PROGRAMA					
NOMBRE DE LOS ACADÉMICOS QUE PARTICIPARON EN LA MODIFICACIÓN DEL PROGRAMA					

I. INTRODUCCIÓN

Las empresas innovadoras han demostrado tener un mayor crecimiento que las que no lo son, para esto se requiere contar con personas preparadas y equipos de trabajo creativos que generen valor para la organización y sobre todo, que se orienten a la búsqueda y creación de nuevos mercados y la posibilidad de mantener el liderazgo en los mismos.

II. FUNDAMENTACIÓN

El maestro en gestión de organizaciones debe de identificar las oportunidades para generar, desarrollar y gestionar nuevos negocios, así como la creación de valor dentro de la organización, promoviendo la cultura innovadora que le ayudará a la administración del conocimiento interno y externo de su empresa.

III. OBJETIVOS GENERALES

Al finalizar este curso, el alumno estará capacitado para:

4. Gestionar proyectos de innovación en toda la organización para generar valor en las empresas y satisfacer a los distintos públicos a través de las técnicas de integración tecnológica y de control de competencias profesionales.
5. Determinar los elementos que contribuyen al éxito de un producto o servicio, no solamente las especificaciones del producto o servicio y que se relacionan con la estrategia de la compañía, el mercado y la competitividad.
6. Entender la importancia de la propiedad intelectual en las organizaciones y su relación con los bienes y servicios, mediante el valor de los activos intangibles, incluyendo patentes, marcas registradas y derechos de autor, con el fin de fortalecer las estrategias de innovación dentro de las organizaciones.

IV. ARTICULACIÓN CON LOS EJES

El alumno adquiere los conocimientos básicos (eje teórico) necesarios para entender el proceso administrativo de proyectos de innovación así como de las organizaciones inteligentes, mediante la aplicación práctica (eje heurístico) de los mismos por medio de casos reales utilizando herramientas informáticas, en las cuáles aprende a realizar estas actividades bajo criterios de valores universales (eje axiológico).

V. UNIDADES DE COMPETENCIA

1. La innovación como estrategia organizacional
 - 1.1. La innovación en el siglo XXI
 - 1.2. La innovación actual dentro de la organización
 - 1.3. Estructura organizacional y de procesos

2. La organización inteligente
 - 2.1. La gestión del conocimiento
 - 2.2. Administración de proyectos tecnológicos y de innovación

3. Inteligencia competitiva
 - 3.1. Vigilancia tecnológica
 - 3.2. Benchmarking
 - 3.3. Ingeniería concurrente
 - 3.4. Financiamiento a la innovación
 - 3.5. Estrategias de propiedad intelectual

4. Cultura innovadora en la empresa
 - 4.1. La educación para la innovación
 - 4.2. Descubrimiento y desarrollo de talento
 - 4.3. Motivación para la innovación
 - 4.4. Resistencia al cambio

VI. ESTRATEGIAS METODOLÓGICAS

Enseñanza

- Exposición de temas.
- Análisis grupal de problemas y casos.

Aprendizaje

- Lectura de bibliografía.
- Resolución de ejercicios y casos.
- Trabajo en equipo.
- Investigación de temas asignados por el profesor.
- Participación en debates.

VII. APOYOS DIDÁCTICOS

- Equipo de cómputo y multimedia, proyector, video tutoriales, material didáctico, antología, plan de trabajo, presentación en diapositivas electrónicas, pintarrón, borrador, procesador de texto y datos.

VIII. EVALUACIÓN DEL DESEMPEÑO

TÉCNICAS.	CRITERIOS.	PORCENTAJE.
Resolución de problemas y casos. Investigación sobre temas asignados. Trabajos prácticos.	1. Suficiencia. 2. Pertinencia. 3. Coherencia. 4. Oportunidad. 5. Racionalidad. 6. Viabilidad.	30 % 20 % 50 % 100 %

	7. Cobertura. 8. Eficiencia. 9. Fluidez. 10. Claridad.	
--	---	--

IX. REFERENCIAS

Chase, Richard B. (2006), Operations management for competitive advantage. 11th. Edition, McGraw-Hill, New York.

Christiansen, J. (2000) Building the innovative organization: Management systems that encourage innovation. Ed. Macmillan, England.

Don. (1994). Total Quality Deployment – A step by step guide to world class concurrent engineering. ASME PRESS. Nueva York.

Frame, J. Davidson. (1995) The New Project Managment. Tools for an age of rapid change., 1st. Edition, San Francisco: Jossey-Bass.

John R.. (1992). Concurrent Engineering – Shortening Lead Times, Raising Quality and Lowering Costs. Productivity Press. Portland Oregon.



UNIVERSIDAD VERACRUZANA

INSTITUTO DE INVESTIGACIONES Y ESTUDIOS SUPERIORES DE LAS CIENCIAS ADMINISTRATIVAS



COORDINACIÓN DE ESTUDIOS DE POSGRADO PROGRAMA DE ESTUDIO

DATOS GENERALES					
ECONÓMICO-ADMINISTRATIVA		MAESTRÍA EN GESTIÓN DE ORGANIZACIONES		I.I.E.S.C.A.	
ÁREA ACADÉMICA		POGRADO		ENTIDAD	
2010	OPTATIVA		CONSOLIDACIÓN		
PLAN DE ESTUDIOS	CÓDIGO		ÁREA CURRICULAR		
PRÁCTICA GERENCIAL					
NOMBRE DE LA EXPERIENCIA EDUCATIVA					
ADMINISTRACIÓN					
ACADEMIA POR ÁREA DE CONOCIMIENTO					
F01 ADMINISTRACIÓN ESTRATÉGICA I, F08 ADMINISTRACIÓN ESTRATÉGICA II					
REQUISITOS					
CURSO	3	45	6		
MODALIDAD	HORAS /SEMANA/MES	TOTAL DE HORAS	CRÉDITOS		
MAYO/2012					
FECHA DE ELABORACIÓN	FECHA DE APROBACIÓN	FECHA DE LA ÚLTIMA MODIFICACIÓN			
ROGELIO LADRÓN DE GUEVARA CORTÉS, ROSA MARINA MADRID PAREDONES					
NOMBRE DE LOS ACADÉMICOS QUE PARTICIPARON EN LA ELABORACIÓN DEL PROGRAMA					
NOMBRE DE LOS ACADÉMICOS QUE PARTICIPARON EN LA MODIFICACIÓN DEL PROGRAMA					

I. INTRODUCCIÓN

La práctica gerencial en la actualidad, se refiere a todas las acciones que la gerencia lleva a cabo en todos los ámbitos, tanto internos como externos, con el fin de cumplir eficientemente con los objetivos, misión, y visión de las empresas y/o organizaciones, propiciando el desarrollo de todos los miembros de la misma y satisfaciendo las necesidades de todos sus grupos de interés. Estas acciones deben de estar basadas en un cuerpo teórico y práctico que permita tomar las decisiones más apropiadas para la organización.

II. FUNDAMENTACIÓN

El maestro en gestión de organizaciones debe contar con los conocimientos teóricos y prácticos que le permitan conocer y aplicar las tareas, responsabilidades, habilidades, técnicas y herramientas que le ayuden a desempeñar una buena práctica gerencial, propiciando una eficiente interrelación con todas las áreas funcionales de una empresa u organización, así como con todos sus actores.

III. OBJETIVOS GENERALES

Al finalizar este curso, el alumno estará capacitado para:

7. Conocer la naturaleza de la función gerencial, así como de sus distintos estilos, retos y dimensiones, que le permitan llevar a cabo esa función de manera eficiente.
8. Desarrollar habilidades que le permitan llevar a cabo una práctica gerencial eficiente en todos los ámbitos tanto internos como externos de una organización, procurando la buena interrelación con todos los actores implicados y a su vez el cumplimiento de los objetivos, misión y visión de las empresas u organizaciones.
9. Negociar desde una perspectiva gerencial los distintos asuntos relacionados con esta función, así como ser capaz de mantener reuniones gerenciales, tanto con sus subordinados, mandos medios y superiores, consejos de administración y dueños (en su caso) de la empresa u organización.

IV. ARTICULACIÓN CON LOS EJES

El alumno adquiere los conocimientos básicos (eje teórico) necesarios para entender los principios de las prácticas gerenciales en las organizaciones de la actualidad, mediante la aplicación práctica (eje heurístico) de los mismos por medio del análisis de casos reales y el uso de recursos informáticos, en las cuáles aprende a realizar estas actividades bajo criterios de valores universales (eje axiológico).

V. UNIDADES DE COMPETENCIA

1. La naturaleza de la gerencia.
 - 1.1. El papel, trabajos y responsabilidades de la gerencia.

- 1.2. Los retos de la gerencia
 - 1.3. La gerencia como profesión y compromiso.
 - 1.4. La dimensión de la gerencia.
 - 1.5. Estilos gerenciales
2. Gerencia y rendimiento de un negocio.
 - 2.1. Objetivo, propósitos y visión de un negocio.
 - 2.2. Toma de decisiones y resultados.
 - 2.3. Estrategias, objetivos, prioridades y asignación de tareas.
 - 2.4. Planeación estratégica y habilidad empresarial.
3. Gerencia de gerentes.
 - 3.1. Gerentes, comité de administración y dueños.
 - 3.2. Desarrollo de la gerencia y de los gerentes.
 - 3.3. Reuniones gerenciales.
 - 3.4. Diseño y contenido de trabajos gerenciales.
 - 3.5. Gerencia por objetivos y autocontrol.
 - 3.6. De la gerencia media al conocimiento de la organización.
4. Habilidades gerenciales.
 - 4.1. Decisiones efectivas.
 - 4.2. Comunicación gerencial.
 - 4.3. Controles, control y gerencia.
 - 4.4. Gerencia y presupuesto.
 - 4.5. La gerencia y la ciencia administrativa.
5. Organización gerencial.
 - 5.1. Estructuras y estrategias.
 - 5.2. Diseño enfocado al trabajo y tareas.
 - 5.3. Diseño enfocado a resultado y relaciones.
 - 5.4. Construcción de la estructura gerencial.
 - 5.5. Estructura gerencial para pequeñas, medianas y grandes empresas.
6. Trabajo productivo y trabajadores realizados.
 - 6.1. Organizaciones humanas orientadas al máximo rendimiento.
 - 6.2. Las nuevas realidades del trabajo y los trabajadores.
 - 6.3. Trabajadores y trabajo: teorías y realidad.
 - 6.4. De la gerencia de personal al liderazgo de personas.
7. Estrategias de negociación
 - 7.1. Las negociaciones
 - 7.2. Nuevos criterios para negociar
 - 7.3. Concentrarse en los diferentes intereses
 - 7.4. La estrategia general de negociación
 - 7.5. Habilidades de negociación
 - 7.6. Las fases de las negociaciones

VI. ESTRATEGIAS METODOLÓGICAS

Enseñanza

- Exposición de temas.
- Análisis grupal de problemas y casos.

Aprendizaje

- Lectura de bibliografía.
- Resolución de ejercicios y casos.
- Trabajo en equipo.
- Investigación de temas asignados por el profesor.
- Participación en debates.

VII. APOYOS DIDÁCTICOS

- Equipo de cómputo y multimedia, proyector, video tutoriales, material didáctico, antología, plan de trabajo, presentación en diapositivas electrónicas, pintarrón, borrador, procesador de texto y datos.

VIII. EVALUACIÓN DEL DESEMPEÑO

TÉCNICAS.	CRITERIOS.	PORCENTAJE.
Examen	11. Suficiencia.	40 %
Resolución de problemas y casos.	12. Pertinencia.	20 %
Investigación sobre temas asignados.	13. Coherencia.	20 %
Trabajos prácticos.	14. Oportunidad.	20 %
	15. Racionalidad.	100 %
	16. Viabilidad.	
	17. Cobertura.	
	18. Eficiencia.	
	19. Fluidez.	
	20. Claridad.	

IX. REFERENCIAS

Drucker, P. (2005). *Management. Task, responsibilities and practices*. UK: Butterworth-Heinemann.

Drucker, P. (2007). *The Practice of Management*. UK: Butterworth-Heinemann.

Haghirian, P. (2010). *Understanding Japanese Management Practices*. USA: Business Experts Press.

Jemielniak, D. (2008). *Management Practices in High-Tech Environments*. USA: Yurchak Printing Inc.

Mintzberg, H. (2009). *Managing*. USA: Berrett-Koehler.

Sfodera, F. (2006). *The spread of yield management practices*. Germany: Physica-Verlag.



UNIVERSIDAD VERACRUZANA

INSTITUTO DE INVESTIGACIONES Y ESTUDIOS SUPERIORES DE LAS CIENCIAS ADMINISTRATIVAS



COORDINACIÓN DE ESTUDIOS DE POSGRADO

PROGRAMA DE ESTUDIO

DATOS GENERALES					
ECONÓMICO-ADMINISTRATIVA		MAESTRÍA EN GESTIÓN DE ORGANIZACIONES		I.I.E.S.C.A.	
ÁREA ACADÉMICA		POSGRADO		ENTIDAD	
2010	OPTATIVA		CONSOLIDACIÓN		
PLAN DE ESTUDIOS	CÓDIGO		ÁREA CURRICULAR		
SISTEMAS DE GESTIÓN EN ORGANIZACIONES DEL SIGLO XXI					
NOMBRE DE LA EXPERIENCIA EDUCATIVA					
ADMINISTRACIÓN					
ACADEMIA POR ÁREA DE CONOCIMIENTO					
F01 ADMINISTRACIÓN ESTRATÉGICA I, F08 ADMINISTRACIÓN ESTRATÉGICA II					
REQUISITOS					
CURSO	3		45		6
MODALIDAD	HORAS /SEMANA/MES		TOTAL DE HORAS		CRÉDITOS
MAYO/2012					
FECHA DE ELABORACIÓN	FECHA DE APROBACIÓN		FECHA DE LA ÚLTIMA MODIFICACIÓN		
ROGELIO LADRÓN DE GUEVARA CORTÉS, ROSA MARINA MADRID PAREDONES					
NOMBRE DE LOS ACADÉMICOS QUE PARTICIPARON EN LA ELABORACIÓN DEL PROGRAMA					
NOMBRE DE LOS ACADÉMICOS QUE PARTICIPARON EN LA MODIFICACIÓN DEL PROGRAMA					

I. INTRODUCCIÓN

Las organizaciones más exitosas trabajan como unidades con visión compartida, para que esto sea posible, es necesario trabajar en equipo, compartir información constantemente, evaluarse de forma comparativa y una operación conforme a las estándares de calidad y de cuidado ambiental. Es por eso que un sistema de gestión ayuda alcanzar los objetivos de la organización la mejora continua de los procesos, el enfoque centrado en la gestión y el pensamiento estratégico.

II. FUNDAMENTACIÓN

El maestro en gestión de organizaciones debe de aprovechar y desarrollar el potencial existente en la organización a través de los sistemas de gestión, ya que las empresas que operan en el siglo XXI se enfrentan a constantes retos, como lo son la globalización, la capacidad de adaptación y la velocidad de los cambios. Así mismo, es necesario que sea capaz de implementar este tipo de sistemas de manera eficaz, para que lo ayuden a: gestionar los riesgos sociales, medioambientales y financieros, mejorar la efectividad operativa, reducir costos, aumentar la satisfacción de clientes y partes interesadas, proteger la marca y la reputación, lograr mejoras continuas, potenciar la innovación, eliminar las barreras al comercio, aportar claridad al mercado.

III. OBJETIVOS GENERALES

Al finalizar este curso, el alumno estará capacitado para:

1. Entender los elementos que le permitan construir e implementar sistemas de gestión eficientes en las organizaciones.
2. Conocer las normas y esquemas de certificación de los sistemas de gestión aplicables a las organizaciones en la actualidad.
3. Comprender y ser capaz de implementar sistemas de gestión integrales en las organizaciones.

IV. ARTICULACIÓN CON LOS EJES

El alumno adquiere los conocimientos básicos (eje teórico) necesarios para entender los principios de los sistemas de gestión en las organizaciones de la actualidad, mediante la aplicación práctica (eje heurístico) de los mismos por medio del análisis de casos reales y la generación de un plan de implementación para una organización, en las cuáles aprende a realizar estas actividades bajo criterios de valores universales (eje axiológico).

V. UNIDADES DE COMPETENCIA

10. Proceso de construcción de sistemas de gestión eficientes.
 - 10.1. Fase 1: Descubrimiento.
 - 10.2. Fase 2: Planeación.
 - 10.3. Fase 3: Desarrollo.
 - 10.4. Fase 4: Implementación.
 - 10.5. Fase 5: Redescubrimiento.
11. Estándares de sistemas de gestión: Normas y esquemas de certificación.
 - 11.1. Sistemas de gestión de la calidad.

- 11.2. Sistemas de gestión medioambiental.
 - 11.3. Sistemas de gestión de la seguridad de la información.
 - 11.4. Sistemas de gestión de la seguridad y la salud en el trabajo.
 - 11.5. Sistemas de gestión de seguridad alimentaria.
 - 11.6. Sistemas de gestión de servicio de verificación de emisiones.
 - 11.7. Sistemas de gestión de la responsabilidad social.
12. Sistemas de gestión integrados.
- 12.1. Teoría sobre integración de sistemas de gestión.
 - 12.2. Modelos de sistemas de gestión integrados.
 - 12.3. Implantación de un sistema de gestión integrado.

VI. ESTRATEGIAS METODOLÓGICAS

Enseñanza

- Exposición de temas.
- Análisis grupal de problemas y casos.

Aprendizaje

- Lectura de bibliografía.
- Resolución de ejercicios y casos.
- Trabajo en equipo.
- Investigación de temas asignados por el profesor.
- Participación en debates.

VII. APOYOS DIDÁCTICOS

- Equipo de cómputo y multimedia, proyector, video tutoriales, material didáctico, antología, plan de trabajo, presentación en diapositivas electrónicas, pintarrón, borrador, procesador de texto y datos.

VIII. EVALUACIÓN DEL DESEMPEÑO

TÉCNICAS.	CRITERIOS.	PORCENTAJE.
Examen	21. Suficiencia.	40 %
Resolución de problemas y casos.	22. Pertinencia.	20 %
Investigación sobre temas asignados.	23. Coherencia.	20 %
Trabajos prácticos.	24. Oportunidad.	20 %
	25. Racionalidad.	100 %
	26. Viabilidad.	
	27. Cobertura.	
	28. Eficiencia.	
	29. Fluidez.	
	30. Claridad.	

IX. REFERENCIAS

- Abril, C., Enríquez, A., Sánchez, J. (2006). Manual para la integración de sistemas de gestión. España: FC Editorial.
- Anderson, C. (2005). How to Build Effective Management Systems, *Bizmanualz*.
- BSI Group. (2011). Auditoría y Certificación. En: BSI group website. Recuperado de: <http://www.bsigroup.com.mx/es-mx/Auditoria-y-Certificacion/Sistemas-de-Gestion/De-un-vistazo/Que-son-los-sistemas-de-gestion/>
- Evans James R. (2008). Managing for quality and performance excellence. Thomson Learning. USA.
- Fernández, R. (2006). Sistemas de gestión de la calidad, ambiente y prevención de riesgos laborales. Su integración. España: Imprenta Gamma.
- Guasch J. Luis, et al. (2007). Quality Systems and Standards for a Competitive Edge. Ed. World Bank Publications. Washington, D.C.
- ISO (2009) ISO Standars Collections - ISO 9000 Quality management. 12 Edition. USA.
- Ogalla, F. (2005). Sistema de gestión. Una guía práctica. España: Diaz de Santos.
- Romero, J. (2009). Implantación e integración de sistema de gestión integrada. España: Editorial Vision Net.



UNIVERSIDAD VERACRUZANA

INSTITUTO DE INVESTIGACIONES Y ESTUDIOS SUPERIORES DE LAS CIENCIAS ADMINISTRATIVAS



COORDINACIÓN DE ESTUDIOS DE POSGRADO

PROGRAMA DE ESTUDIO

DATOS GENERALES					
ECONÓMICO-ADMINISTRATIVA		MAESTRÍA EN GESTIÓN DE ORGANIZACIONES		I.I.E.S.C.A.	
ÁREA ACADÉMICA		POGRADO		ENTIDAD	
2010	OPTATIVA		CONSOLIDACIÓN		
PLAN DE ESTUDIOS	CÓDIGO		ÁREA CURRICULAR		
TEORÍA DE LAS ORGANIZACIONES PÚBLICAS					
NOMBRE DE LA EXPERIENCIA EDUCATIVA					
ADMINISTRACIÓN					
ACADEMIA POR ÁREA DE CONOCIMIENTO					
F01 ADMINISTRACIÓN ESTRATÉGICA I, F08 ADMINISTRACIÓN ESTRATÉGICA II					
REQUISITOS					
CURSO	3	45	6		
MODALIDAD	HORAS /SEMANA/MES	TOTAL DE HORAS	CRÉDITOS		
MAYO/2012					
FECHA DE ELABORACIÓN	FECHA DE APROBACIÓN	FECHA DE LA ÚLTIMA MODIFICACIÓN			
MILAGROS CANO FLORES, JORGE RAMÍREZ JUÁREZ, DANIEL OLIVERA GÓMEZ, LUIS ALBERTO DELFÍN BELTRÁN					
NOMBRE DE LOS ACADÉMICOS QUE PARTICIPARON EN LA ELABORACIÓN DEL PROGRAMA					
NOMBRE DE LOS ACADÉMICOS QUE PARTICIPARON EN LA MODIFICACIÓN DEL PROGRAMA					

I. INTRODUCCIÓN

Esta experiencia educativa busca introducir al alumno en los conceptos y principales teorías clásicas y contemporáneas de la organización, centrándose particularmente en el análisis de las organizaciones públicas y el comportamiento dentro de estas. Así, se hará énfasis en la comprensión de la organización y funcionamiento de las administraciones públicas, con especial atención a las dinámicas de estas organizaciones en el contexto del movimiento de la 'Nueva Gestión Pública'.

II. FUNDAMENTACIÓN

El gestor público del siglo XXI debe comprender la organización y funcionamiento de las administraciones públicas y su dinámica en el contexto de la Nueva Gestión Pública. La teoría de las organizaciones públicas proporciona la base teórica para un mejor entendimiento de los fundamentos, conceptos, fines y modelos de funcionamiento que determinan las características de la administración pública. Se busca que el estudiante mejore sus capacidades de análisis y diagnóstico de la problemática del sector público al conocer el contexto institucional en el que trabaja. La capacidad de gestión al interior de cualquier organización mejora a medida que sus integrantes tienen claridad sobre las características culturales que la definen y la estructura de poder que la sustenta. Este curso equipara a los estudiantes con el marco conceptual y la metodología necesaria para que puedan analizar y actuar de manera efectiva al interior de sus organizaciones.

III. OBJETIVOS GENERALES

Al finalizar este curso, el alumno estará capacitado para:

1. Conocer el concepto de organización, contextos organizacionales y las principales teorías de la organización y aplicación a las organizaciones públicas.
2. Analizar los modelos de organización pública y las dinámicas de poder en las organizaciones públicas, su evolución histórica y el paradigma de la Nueva Gestión Pública.
3. Analizar la estructura y dinámicas en la gestión de recursos humanos en la Administración Pública.
4. Analizar los principales tipos de control interno y externo en las administraciones públicas
5. Aplicar los principales elementos del paradigma de la calidad en la gestión pública.

IV. ARTICULACIÓN CON LOS EJES

El alumno adquiere los conocimientos básicos (eje teórico) necesarios para entender los principios de la teoría de organizaciones públicas de la actualidad, mediante la aplicación práctica (eje heurístico) de los mismos por medio su ejemplificación y aplicación del análisis en casos reales y la generación de una propuesta de la nueva gestión pública en una organización, bajo criterios de valores universales (eje axiológico).

V. UNIDADES DE COMPETENCIA

1. Las organizaciones públicas
 - 1.1. Concepto de organización

- 1.2. La especificidad de las organizaciones públicas.
- 1.3. Los contextos de las organizaciones públicas: contexto decisorio, organizacional y normativo
2. Las teorías de las organizaciones y la administración pública
 - 2.1. La teoría clásica: Weber, Taylor y Barnard
 - 2.2. La teoría neoclásica de las organizaciones: Herbert. A. Simon
 - 2.3. La teoría de sistemas y las organizaciones.
 - 2.4. La teoría de las relaciones humanas
 - 2.5. Las teorías de mercado
 - 2.6. Las teorías interpretativas y críticas
 - 2.7. Las teorías emergentes de la organización
3. Breve aproximación a la evolución histórica de las administraciones públicas
 - 3.1. La evolución del Estado como base para el análisis del papel histórico de la Administración Pública.
 - 3.2. La administración del Antiguo Régimen.
 - 3.3. La administración en el Estado Liberal
 - 3.4. Crisis y cambio en la administración pública: el contexto y la filosofía de la Nueva Gestión Pública
4. El poder en las organizaciones públicas
 - 4.1. El concepto de burocracia y sus críticas.
 - 4.2. Burocracia, burócratas y bases del poder burocrático
 - 4.3. Las relaciones entre burocracia, política y sociedad
5. Los recursos humanos en las organizaciones públicas
 - 5.1. Tipos y características básicas de los sistemas de función pública
 - 5.2. Enfoques en la gestión de recursos humanos en la Administración Pública: gestión de personal y gestión de personas.
 - 5.3. Planificación, dirección y evaluación del sistema de gestión de los recursos humanos
 - 5.4. Estructuras y dinámicas de funcionamiento en la gestión de recursos humanos en las administraciones públicas
6. El control en las organizaciones públicas
 - 6.1. Principales tipos de control en las organizaciones públicas y privadas
 - 6.2. Principios y criterios de control en las administraciones públicas
 - 6.3. Controles internos y externos en el sector público
 - 6.4. El paradigma de la calidad en la gestión pública.

VI. ESTRATEGIAS METODOLÓGICAS

Enseñanza

- Exposición de temas.
- Análisis grupal de problemas y casos.

Aprendizaje

- Lectura de bibliografía.

- Resolución de ejercicios y casos.
- Trabajo en equipo.
- Investigación de temas asignados por el profesor.
- Participación en debates.

VII. APOYOS DIDÁCTICOS

- Equipo de cómputo y multimedia, proyector, video tutoriales, material didáctico, antología, plan de trabajo, presentación en diapositivas electrónicas, pintarrón, borrador, procesador de texto y datos.

VIII. EVALUACIÓN DEL DESEMPEÑO

TÉCNICAS.	CRITERIOS.	PORCENTAJE.
Examen	31. Suficiencia.	40 %
Resolución de problemas y casos.	32. Pertinencia.	20 %
Investigación sobre temas asignados.	33. Coherencia.	20 %
Trabajos prácticos.	34. Oportunidad.	20 %
	35. Racionalidad.	100 %
	36. Viabilidad.	
	37. Cobertura.	
	38. Eficiencia.	
	39. Fluidez.	
	40. Claridad.	

IX. REFERENCIAS

AAVV (2008) Indicadores de gestión en el ámbito público. Madrid: IGAE/Ministerio de Economía y Hacienda

Aguilar L. (2007) Gobernanza y gestión pública. México: Fondo de Cultura Económica.

Argyris, C. (2006) Reasons and Rationalizations: The Limits of Organizational Knowledge. Oxford: Oxford University Press.

Carnevale, D.G. (2002) Organizational Development in the Public Sector. Boulder, Col: Westview Press.

Casas P. J. y Schwartz P. (2007) Public Choice and the Challenges of Democracy. Cheltenham: Edward Elgar.

Denhardt, R.B. (2007), Theories of Public Organization (3ª Ed.). Fort Worth: Wadsworth Publishing, 5th edition.

- Egea Ibañez, E. (2009) Sector Público: Delimitación, Dimensión, Composición y Evolución. Navarra.
- Ferlie, E. L. O. Lynn y C. Pollit (2007) The Oxford Handbook of Public Management. Oxford: Oxford University Press.
- Harmon, M.M. y Mayer, R.T.(1999) Teoría de la Organización para la Administración Pública. México D.F.: Fondo de Cultura Económica, 1999.
- Hodge, B. J. (2006) Teoría de la organización: un enfoque estratégico. Madrid : Pearson Educación.
- Kliksberg, B. (1989) Gerencia pública en tiempos de incertidumbre. Madrid: INAP.
- Lippi, A. y Massimo M. (2008) Gestión y Administración Públicas. Valencia: Tirant Lo Blanch.
- OCDE (2006) La modernización del Estado: el camino a seguir. Madrid: INAP.
- Osborne, D. y P. Plastrik (2003) Herramientas para transformar el gobierno. Barcelona: Paidós.
- Pinazo, J. (2007) Empleo público para una nueva administración pública. Valencia: Tirant Lo Blanc
- Teisman, Geert (2009) Managing Complex Governance Networks. London: Routledge.
- Tompkins, J. R. (2004) Organization Theory and Public Management. Florence, KY: Wadworth Publishing.
- Weber, M. (1997) Economía y sociedad. México: Fondo de Cultura Económica.



UNIVERSIDAD VERACRUZANA

INSTITUTO DE INVESTIGACIONES Y ESTUDIOS SUPERIORES DE LAS CIENCIAS ADMINISTRATIVAS



COORDINACIÓN DE ESTUDIOS DE POSGRADO

PROGRAMA DE ESTUDIO

DATOS GENERALES				
ECONÓMICO-ADMINISTRATIVA		MAESTRÍA EN GESTIÓN DE ORGANIZACIONES		I.I.E.S.C.A.
ÁREA ACADÉMICA		POSGRADO		ENTIDAD
2010	OPTATIVA	CONSOLIDACIÓN		
PLAN DE ESTUDIOS	CÓDIGO	ÁREA CURRICULAR		
TÉCNICAS Y MÉTODOS DE GESTIÓN PÚBLICA				
NOMBRE DE LA EXPERIENCIA EDUCATIVA				
ADMINISTRACIÓN				
ACADEMIA POR ÁREA DE CONOCIMIENTO				
F01 ADMINISTRACIÓN ESTRATÉGICA I, F08 ADMINISTRACIÓN ESTRATÉGICA II				
REQUISITOS				
CURSO	3	45	6	
MODALIDAD	HORAS /SEMANA/MES	TOTAL DE HORAS	CRÉDITOS	
MAYO/2012				
FECHA DE ELABORACIÓN	FECHA DE APROBACIÓN	FECHA DE LA ÚLTIMA MODIFICACIÓN		
MILAGROS CANO FLORES, JORGE RAMÍREZ JUÁREZ, DANIEL OLIVERA GÓMEZ, LUIS ALBERTO DELFÍN BELTRÁN				
NOMBRE DE LOS ACADÉMICOS QUE PARTICIPARON EN LA ELABORACIÓN DEL PROGRAMA				
NOMBRE DE LOS ACADÉMICOS QUE PARTICIPARON EN LA MODIFICACIÓN DEL PROGRAMA				

I. INTRODUCCIÓN

Esta experiencia educativa busca familiarizar al estudiante con las principales técnicas y herramientas usadas en la gestión pública contemporánea, así como en la filosofía subyacente a la misma. El propósito es que el estudiante no sólo conozca los aspectos relacionados con la inmediata aplicación, sino también las implicaciones de tipo teórico y ético de fondo.

II. FUNDAMENTACIÓN

El gestor público del siglo XXI debe de aprovechar y desarrollar las herramientas para diagnosticar, monitorear y elevar el nivel de efectividad de las entidades gubernamentales. Se incidirá en los aspectos fundamentales de la administración estratégica, efectividad organizacional, efectividad gubernamental, el uso de sistemas y técnicas para la medición y evaluación de resultados. Por último, se analizarán los sistemas de presupuesto orientados por objetivos y a resultados.

III. OBJETIVOS GENERALES

Al finalizar este curso, el alumno estará capacitado para:

6. Conocer y aplicar la filosofía subyacente a las técnicas y herramientas de gestión pública, con especial atención a las consecuencias sobre el bienestar de los ciudadanos.
7. Conocer y aplicar el contenido de cada una de esas herramientas, así como los problemas y contextos en que su aplicación puede ser positiva o, en su caso, negativa.
8. Aplicar esas herramientas a una situación real.

IV. ARTICULACIÓN CON LOS EJES

El alumno adquiere los conocimientos básicos (eje teórico) necesarios para entender los principios de las técnicas y métodos de gestión pública de la actualidad, mediante la aplicación práctica (eje heurístico) de los mismos por medio su ejemplificación y aplicación del análisis en casos reales y la generación de una propuesta aplicativa en una organización pública, bajo criterios de valores universales (eje axiológico).

V. UNIDADES DE COMPETENCIA

1. La Nueva Gestión Pública
 - 1.1. El contexto: la crisis de legitimidad del Estado en las últimas décadas del siglo XX
 - 1.2. Las soluciones a la crisis de legitimidad: retroceso del Estado y reinención del gobierno
 - 1.3. La filosofía de la Nueva Gestión Pública.
2. Visión general de las estrategias para la mejora de las organizaciones públicas
 - 2.1. Reinención del gobierno
 - 2.2. Las estrategias al servicio de la reinención del gobierno.
 - 2.3. Conceptos básicos: el sector público y sus funciones
 - 2.4. Sistemas de gestión de la responsabilidad social.
3. Cambios culturales en las organizaciones públicas
 - 3.1. Cambios en los hábitos y herramientas para conseguirlo

- 3.2. Desarrollar un nuevo pacto dentro de la organización.
 - 3.3. Cambios en los modelos mentales.
4. La gestión estratégica
 - 4.1. Gestión burocrática vs. gestión estratégica
 - 4.2. Herramientas de la gestión estratégica: planeación, establecimiento de objetivos, de resultados, presupuestos por rendimientos, por objetivos e impacto.
 - 4.3. El papel del liderazgo y los organismos directores
 - 4.4. Ejemplificación de gestión estratégica en el sector público
 5. La gestión por desempeño, por objetivos y por resultados.
 - 5.1. La gestión por desempeño y sus herramientas de implantación y medición
 - 5.2. La gestión por objetivos y sus herramientas de planificación y control
 - 5.3. La gestión por resultados y sus herramientas de evaluación
 6. Reestructuración organizativa
 - 6.1. Aspectos básicos de la reestructuración organizativa.
 - 6.2. Reformas organizativas y benchmarking
 - 6.3. Ejemplos de reformas organizativas para la mejora del servicio público
 7. Cambios en relación con los empleados
 - 7.1. Capacitación de los empleados
 - 7.2. Herramientas: desestratificación, desmantelamiento de los silos funcionales, equipos de trabajo
 - 7.3. La flexibilización en la gestión de los recursos humanos en las Administraciones Públicas
 8. La capacitación de los ciudadanos
 - 8.1. Capacitación de los ciudadanos
 - 8.2. Herramientas: acuerdos de capacitación y órganos comunitarios de gobierno
 - 8.3. Modalidades y experiencias de participación ciudadana en la Administración pública
 - 8.4. Responsabilidad ciudadana y servicios públicos
 9. Los compromisos de calidad con el cliente
 - 9.1. Objetivos y aspectos básicos de la gestión de calidad orientada al cliente.
 - 9.2. Sistemas de gestión de calidad
 - 9.3. La implantación de los sistemas de gestión de calidad en la Administración Pública

VI. ESTRATEGIAS METODOLÓGICAS

Enseñanza

- Exposición de temas.
- Análisis grupal de problemas y casos.

Aprendizaje

- Lectura de bibliografía.
- Resolución de ejercicios y casos.
- Trabajo en equipo.

- Investigación de temas asignados por el profesor.
- Participación en debates.

VII. APOYOS DIDÁCTICOS

- Equipo de cómputo y multimedia, proyector, video tutoriales, material didáctico, antología, plan de trabajo, presentación en diapositivas electrónicas, pintarrón, borrador, procesador de texto y datos.

VIII. EVALUACIÓN DEL DESEMPEÑO

TÉCNICAS.	CRITERIOS.	PORCENTAJE.
Examen	41. Suficiencia.	40 %
Resolución de problemas y casos.	42. Pertinencia.	20 %
Investigación sobre temas asignados.	43. Coherencia.	20 %
Trabajos prácticos.	44. Oportunidad.	20 %
	45. Racionalidad.	100 %
	46. Viabilidad.	
	47. Cobertura.	
	48. Eficiencia.	
	49. Fluidez.	
	50. Claridad.	

IX. REFERENCIAS

- Agranoff, R. (2007) *Managing Within Networks: Adding Value to Public Organizations*. Washington: Georgetown University Press
- Aguilar, L (2007) *Gobernanza y gestión pública*. México: Fondo de Cultura Económica
- Asensio, P. (2006) *El libro de la gestión municipal*. Madrid: Díaz de Santos.
- Asensio, P. (2008) *Marketing municipal*. Madrid: Díaz de Santos.
- Bardach, E (1998) *Getting Agencies to Work Together: The Practice and Theory of Managerial Craftmanship*. Brookings Institution Press
- Barzelay, M. (2001) *The new public management: improving research and policy dialogue*. Berkeley/New York: The University of California Press/Rusell Sage Foundation.
- Bovaird, T. y Elke L. (2003) *Public management and governance*. London: Gestión Administrativa 2010-2011 Routledge.
- Box, Richard C. (ed.) (2007) *Democracy and public administration*. Armonk, NY: M.E. Sharpe.

- Cantero J. (2007) El empleo público. Entre el estatuto funcionarial y el contrato laboral. Madrid: Marcial Pons.
- Cortes F. y Josep L. (2006) El presupuesto como instrumento de gestión pública. Sevilla: Instituto Andaluz de Administración Pública.
- Cruz I. et al. (2011) Gestión y política pública. México, D.F. : Hidalgo, Gobierno del Estado: Colegio del Estado de Hidalgo: Miguel Ángel Porrúa.
- Culebro, J. (2008) Aprendizaje y reforma administrativa : la introducción de la Nueva Gestión Pública en la administración pública federal en México. México, D.F. : UAM
- Guerrero, O. (2004) La nueva gerencia pública : neoliberalismo en administración pública. México : Fontamara.
- López, G., J. Puig-Junoy, J., Ganuza e I. Planas M. (2003) Los nuevos instrumentos de la gestión pública. Barcelona: La Caixa (edición electrónica disponible en http://www.pdf.lacaixa.comunicacions.com/ee/esp/ee31_esp.pdf).



UNIVERSIDAD VERACRUZANA

INSTITUTO DE INVESTIGACIONES Y ESTUDIOS SUPERIORES DE LAS CIENCIAS ADMINISTRATIVAS



COORDINACIÓN DE ESTUDIOS DE POSGRADO

PROGRAMA DE ESTUDIO

DATOS GENERALES				
ECONÓMICO-ADMINISTRATIVA		MAESTRÍA EN GESTIÓN DE ORGANIZACIONES		I.I.E.S.C.A.
ÁREA ACADÉMICA		POSGRADO		ENTIDAD
2010	OPTATIVA	CONSOLIDACIÓN		
PLAN DE ESTUDIOS	CÓDIGO	ÁREA CURRICULAR		
GOBIERNO ELECTRÓNICO				
NOMBRE DE LA EXPERIENCIA EDUCATIVA				
SISTEMAS DE INFORMACIÓN				
ACADEMIA POR ÁREA DE CONOCIMIENTO				
F01 ADMINISTRACIÓN ESTRATÉGICA I, F08 ADMINISTRACIÓN ESTRATÉGICA II				
REQUISITOS				
CURSO	3	45	6	
MODALIDAD	HORAS /SEMANA/MES	TOTAL DE HORAS	CRÉDITOS	
MAYO/2012				
FECHA DE ELABORACIÓN	FECHA DE APROBACIÓN	FECHA DE LA ÚLTIMA MODIFICACIÓN		
MILAGROS CANO FLORES, JORGE RAMÍREZ JUÁREZ, DANIEL OLIVERA GÓMEZ, LUIS ALBERTO DELFÍN BELTRÁN				
NOMBRE DE LOS ACADÉMICOS QUE PARTICIPARON EN LA ELABORACIÓN DEL PROGRAMA				
NOMBRE DE LOS ACADÉMICOS QUE PARTICIPARON EN LA MODIFICACIÓN DEL PROGRAMA				

I. INTRODUCCIÓN

El acceso electrónico de los ciudadanos a los servicios públicos, y sus posteriores desarrollos reglamentarios han conllevado una nueva forma de relación entre las administraciones públicas, y entre éstas y los ciudadanos, con el objetivo de satisfacer, en mayor medida, el principio de eficacia que preside toda la actividad administrativa pública. El servicio al ciudadano exige garantizar su derecho a comunicarse con las Administraciones por medios electrónicos. La contrapartida de ese derecho es la obligación de éstas de dotarse de los medios y sistemas electrónicos para que ese derecho pueda ejercerse. La relación de las Administraciones Públicas por medios electrónicos es un derecho de los ciudadanos y una obligación correlativa para tales Administraciones, en este sentido, todo operador público debe conocer los medios electrónicos de relación administrativa, así como los derechos y obligaciones que estas relaciones llevan aparejados.

II. FUNDAMENTACIÓN

Este curso permite la comprensión del rol de los sistemas de información para la gestión pública, el conocimiento de las principales características de los sistemas de información gerencial y su utilidad para la toma de decisiones sobre la base de las necesidades de información de las organizaciones públicas y los actores con los que interactúa (otras instituciones, gobierno central, ciudadanía, etc.). Además, incorpora las iniciativas de gobierno electrónico (E-government) como instrumento de gestión.

III. OBJETIVOS GENERALES

Al finalizar este curso, el alumno estará capacitado para:

1. Comprender los aspectos fundamentales de la gestión y administración pública, en relación con la aplicación de las TICs
2. Analizar el impacto y las oportunidades que ofrecen las Tecnologías de Información en el Sector Público.
3. Vincular el proceso de modernización de la Gestión Pública y las políticas, estrategias, modelos analíticos, e instrumentos oficiales a través de los cuales se instaura, asimila, consolida y proyecta el paradigma de gobierno electrónico (E-Government) en el sector público, tomando en cuenta las diversas dimensiones que lo caracterizan, en particular el fenómeno de creación de valor en el ámbito de lo público.
4. Desarrollar un caso real de aplicación de tecnologías de información, aplicable a una necesidad manifiesta del sector público.

IV. ARTICULACIÓN CON LOS EJES

El alumno adquiere los conocimientos básicos (eje teórico) necesarios para entender y desarrollar integralmente proyectos de gobierno electrónico y modela, gestiona y/o influye en la creación de valor público a través de tecnologías de información (eje heurístico) por medio de la generación de una propuesta aplicable en una organización pública, bajo criterios de valores universales (eje axiológico).

V. UNIDADES DE COMPETENCIA

1. La Sociedad de la Información

- 1.1. La Sociedad de la Información y la Economía del Conocimiento
- 1.2. TIC's y su impacto en las organizaciones públicas
- 1.3. Gobernabilidad y Sociedad de la Información y TIC's
- 1.4. Las formas organizativas en la sociedad de la información.
- 1.5. Los procesos de cambio organizacional.
- 1.6. El análisis de las redes sociales.
- 1.7. La democracia electrónica y la sociedad civil

2. Gestión del Conocimiento
 - 2.1. Gestión del Conocimiento: Business Intelligence en el Sector Público
 - 2.2. Arquitectura de la Información
 - 2.3. Gestión del Conocimiento para la toma de decisiones
 - 2.4. Análisis y ejemplos de aplicación en la gestión pública

3. Administración Electrónica.
 - 3.1. Evolución del gobierno electrónico en México
 - 3.2. Marco legal en cuestiones afines a la administración electrónica
 - 3.3. Derechos de los ciudadanos ante la administración electrónica
 - 3.4. La identificación electrónica
 - 3.5. Protección de datos en las Administraciones Públicas
 - 3.6. Organismos competentes y actores en materia de administración electrónica
 - 3.7. Acceso a la información administrativa y pública

4. E-Government
 - 4.1. Concepto de Gobierno Electrónico
 - 4.2. Beneficios y aplicación del E-Government
 - 4.3. Niveles y soluciones de E-Government
 - 4.4. Visión, Objetivos e Instrumentos para Gobierno Electrónico
 - 4.5. Desafíos del Gobierno Electrónico

5. Tecnología para crear valor público
 - 5.1. Modelos Básicos de E-Government
 - 5.2. Elementos básicos que configuran una solución E-Government
 - 5.3. E-Government como elemento integrador de las distintas dimensiones organizacionales en la perspectiva de cambio organizacional
 - 5.4. Actualización y/o incorporación de nuevos conocimientos relacionados con: Management, E-Business, E-Government, Tic's y Gerencia Pública
 - 5.5. Investigación, análisis y proposiciones sobre proyectos de E-Government en desarrollo o por desarrollar en el Sector Público.

6. Algunos aspectos Tecnológicos generales implicados en el Gobierno Electrónico
 - 6.1. Multimedia e interactividad
 - 6.2. Sistemas computacionales
 - 6.3. Protocolos de comunicación y seguridad
 - 6.4. Certificados digitales
 - 6.5. Otros relevantes para el contexto

7. Estrategias para seleccionar e implantar iniciativas de Gobierno Electrónico
 - 7.1. Conceptos y herramientas tecnológicas relevantes bajo el paradigma de Gobierno Electrónico
 - 7.2. Conceptos y metodologías del Management del siglo XXI y su influencia en modelos E-business y E-Government.
 - 7.3. Modelos de Rediseño de Procesos, bajo la perspectiva del E-Government
 - 7.4. Introducción a las Bases de Datos relacionales y su importancia en la operatividad e impacto de un proyecto TIC

8. Principales lineamientos y prioridades en materia de gobierno electrónico
 - 8.1. Proyectos Transversales
 - 8.2. Proyectos Sectoriales de Alto Impacto
 - 8.3. Proyectos Sectoriales de Impacto Focalizado
 - 8.4. Proyectos y Acciones de Apoyo
 - 8.5. Proyectos de Soporte
 - 8.6. Prioridades en Gobierno Electrónico

9. Gobierno Electrónico: Alcances y Nuevos Desafíos
 - 9.1. Análisis y Discusión de temas emergentes y experiencias de alto impacto:
 - 9.2. E- Procurement
 - 9.3. E-Learning
 - 9.4. Comunidades inteligentes
 - 9.5. Sistemas de Buenas Prácticas
 - 9.6. Ciudades Virtuales
 - 9.7. E-local
 - 9.8. Centros comunitarios digitales como generadores de desarrollo

VI. ESTRATEGIAS METODOLÓGICAS

Enseñanza

- Exposición de temas.
- Análisis grupal de problemas y casos.

Aprendizaje

- Lectura de bibliografía.
- Resolución de ejercicios y casos.
- Trabajo en equipo.
- Investigación de temas asignados por el profesor.
- Participación en debates.

VII. APOYOS DIDÁCTICOS

- Equipo de cómputo y multimedia, proyector, video tutoriales, material didáctico, antología, plan de trabajo, presentación en diapositivas electrónicas, pintarrón, borrador, procesador de texto y datos.

VIII. EVALUACIÓN DEL DESEMPEÑO

TÉCNICAS.	CRITERIOS.	PORCENTAJE.
Examen	51. Suficiencia.	40 %
Resolución de problemas y casos.	52. Pertinencia.	20 %
Investigación sobre temas asignados.	53. Coherencia.	20 %
Trabajos prácticos.	54. Oportunidad.	20 %
	55. Racionalidad.	
	56. Viabilidad.	100 %
	57. Cobertura.	
	58. Eficiencia.	
	59. Fluidez.	
	60. Claridad.	

IX. REFERENCIAS

Altman, D. (2002) Prospects for e-government in Latin America: satisfaction with democracy, social accountability, and direct democracy, *International Review of Public Administration* Vol. 7, No. 2

Astier, S. (2005) Ethical regulation of the Internet: the challenges of global governance, *International Review of Administrative Sciences*, Vol. 71(1) pp. 133-150

Batista, C. (2003) Las TIC para la Gobernabilidad: La contribución de las Tecnologías de la Información y la Comunicación a la gobernabilidad local en América Latina, UNESCO y NP3 – Núcleo de Investigación en Políticas Públicas, Universidad de Brasilia (Enero, 2003)

CEPAL (2007) Modelo multidimensional de medición del gobierno electrónico para América Latina y el Caribe” -CEPAL - Colección Documentos de proyectos - Publicación de las Naciones Unidas - Mayo de 2007.

Chadwick, A. y May, C. (2003) Interaction between States and citizens in the age of the Internet: ‘e-Government” in the United States, Britain, and the European Union, *Governance: An International Journal of Policy, Administration and Institutions*, Vol. 16, No. 2

Cistoldi, P. A. (2002) “Gobierno electrónico: contextos, coyunturas y propuestas”, Ponencia presentada en el XVI Concurso de Ensayos y Monografías del CLAD sobre Reforma del Estado y Modernización de la Administración Pública "Gobierno Electrónico". Caracas, 2002

DPEPA-ONU. Benchmarking E-Government: A Global Perspective; Assessing the Progress of the UN Member States. New York, Mayo 2002.

- Fernández Rodríguez, José Julio. (2004) Gobierno electrónico : un desafío en Internet: (implicaciones jurídicas). Santiago de Querétaro, Qro.: FUNDAP, Fundación Universitaria de Derecho, Administración y Política.
- Gilbert, D., Balestrini, P. y D. Littleboy (2004) Barriers and benefits in the adoption of e-government, *The International Journal of Public Sector Management* Vol. 17, No. 4
- Hazlett, S. y F. Hill (2003) E-government: the realities of using IT to transform the public sector, *Managing Service Quality*, Vol. 13, No. 6
- Lepore, W. y C. M Bonina (2003) "Desafíos y oportunidades del gobierno electrónico en el marco de la nueva gestión pública: el caso de Argentina", Ponencia presentada en el X Congreso Internacional del CLAD sobre la Reforma del Estado y de la Administración Pública, Santiago, Chile, 18 - 21 Oct. 2005
- Moon, M. J. (2002) The Evolution of E Government among Municipalities: Rhetoric or Reality?, *Public Administration Review*, Vol. 62, No. 4
- Petrizzo P., M. A. (2005) Participación ciudadana y tecnologías de la información y la comunicación: hacia una administración pública relacional, *Nueva Sociedad* (195), enero-febrero, pp. 88-101.
- Solà, A. (2002) Nuevas formas de gobierno (y efectos terminológicos de la globalización), *Puntoycoma* (71), Universitat Oberta de Catalunya
- Tat-Kei Ho, A. (2002) Reinventing Local Governments and the E-Government initiative, *Public Administration Review*, Vol. 62, No. 4
- Thomas, J. C. y Streib, G. (2003) The New Face of Government: Citizen-Initiated Contacts in the Era of E-Government, *Journal of Public Administration Research and Theory*, Vol. 13 (1) pp. 80-101
- United Nations (2008). United Nations eGovernment Survey 2008: From eGovernment to Connected Governance" - Department of Economic and Social Affairs - Division for Public Administration and Development Management - United Nations - New York, 2008.
- Velázquez R., K. (2009) Construcción de un gobierno electrónico en México: camino hacia la sociedad del conocimiento. México, D.F. : Cámara de Diputados, LX Legislatura, 2009.
- West, D. M. (2004) E-Government and the transformation of service delivery and citizens attitudes, *Public Administration Review*, Vol. 64, No. 1
- Wimmer, M. A. (2002) Integrated Service Modelling for Online One-stop Government, *Electronic Markets*, Vol. 12 No. 3 pag. 149–156
- Winograd, M. (2002) La gobernanza en la era de la información. ¿Qué hacer y como hacerlo? *Revista del CLAD, Reforma y Democracia*, N° 22, febrero