



FORMATO PARA REGISTRO DE NUEVAS ASIGNATURAS DE PROGRAMAS DE LICENCIATURA

COPLE/Subdirección de Servicios Escolares

NOTA: Antes de llenar este formato es necesario leer el documento *Guía para elaborar programas de las asignaturas de los planes de estudios de licenciatura*, (COPLE, 5 de noviembre, 2012).

PARTE I: ADSCRIPCIÓN Y GESTIÓN ACADÉMICA DE LA ASIGNATURA

INSTANCIA DE ADSCRIPCIÓN	EAM					
UAB DE ADSCRIPCIÓN	Administración (ADM)					
COORDINADOR DE UAB	José Luis Orozco Martínez					
COORDINADOR DOCENTE	Carlos López Monsalvo					
PLANES DE ESTUDIO PARA LOS QUE SE OFRECE	LAE / LAF / LCN / LCG / LMK / LRI					
ÁREA Marcar con una x la opción que corresponda en el espacio en blanco a la derecha de cada categoría	SP	X	CU		AC	
EJE Registrar el nombre del eje del área de saberes profesionales al que está integrada la asignatura	Dirección / Administración y Negocios / Teoría de los Negocios Internacionales / Gestión de Negocios / La Organización y su Entorno / Desarrollo Organizacional					
CICLO Indicar el ciclo propuesto en la Ruta Curricular sugerida	8° / 7° / 6° / 7° / 7° / 7°					
MODALIDAD Marcar con una x la opción que corresponda en el espacio en blanco a la derecha de cada categoría.	Escolarizada		Mixta	X	No escolarizada	

PARTE II: ATRIBUTOS BÁSICOS DE LA ASIGNATURA

NOMBRE DE ASIGNATURA	Administración estratégica					
CRÉDITOS TOTALES	8	Horas BCD	64	Horas TIE	64	
CLAVE DE LA ASIGNATURA	ITE0023 8 horas/semana; 128 totales					
NÚMERO DE ESTUDIANTES POR GRUPO	25					
ASIGNATURA(S) CON LA(S) QUE TIENE SERIACIÓN						
ASIGNATURA(S) EQUIVALENTE(S)	Estrategias de mercado					

PRERREQUISITO(S)	Gestión empresarial		
EVALUACIÓN EXTRAORDINARIA	SÍ	X	NO

PARTE III: ATRIBUTOS DE CONTENIDO DEL PROGRAMA DE LA ASIGNATURA

DESCRIPCIÓN DE LA ASIGNATURA	<p>Al terminar esta asignatura el alumno será capaz de aplicar un conjunto de teorías y prácticas que le permitan fortalecer el pensamiento integrador, analítico y propositivo de las oportunidades de una organización, para lograr una ventaja competitiva, una posición estratégica de mercado y generación de valor a los grupos de interés, con responsabilidad social y ambiental.</p> <p>El planteamiento metodológico se basa en clases magisteriales, casos, ejemplos reales dentro del mundo de los negocios y de la realidad de las empresas de nuestro medio. El alumno desarrollará un proyecto práctico y aplicado durante el curso, basado en una organización existente.</p> <p>Esta asignatura busca desarrollar en el estudiante competencias orientadas a interpretar el entorno, la industria y los recursos de una empresa en particular y en base a ello, reformular la visión de la empresa, aplicar un diagnóstico profundo de la organización, redefinir objetivos estratégicos, seleccionar e implementar estrategias, y evaluar de manera integral el desempeño de la empresa.</p> <p>Los temas generales a tratar son: fundamentación de la visión estratégica, formulación e implementación de la estrategia, y evaluación integral del desempeño de la organización.</p> <p>Esta asignatura es equivalente a Estrategias de mercado. Se recomienda que el alumno haya cursado Gestión empresarial.</p>			
OBJETIVO GENERAL	<p>Al terminar esta asignatura el alumno será capaz de aplicar un conjunto de teorías y prácticas que le permitan fortalecer el pensamiento integrador, analítico y propositivo de las oportunidades de una organización para lograr una ventaja competitiva, una posición estratégica de mercado, y generación de valor a los grupos de interés, con responsabilidad social y ambiental.</p>			
TEMAS Y SUBTEMAS	<ol style="list-style-type: none"> 1. Fundamentación. <ol style="list-style-type: none"> 1.1. Estado del conocimiento 1.2. Tópicos especializados 2. Formulación de la estrategia. <ol style="list-style-type: none"> 2.1. Estudio del entorno e industria 2.2. Diagnóstico de recursos 2.3. Reformulación de la visión y objetivos estratégicos 3. Selección e implementación de la estrategia. <ol style="list-style-type: none"> 3.1. Tipología de estrategias 3.2. Dirección y ejecución de estrategias 4. Evaluación integral del desempeño de la organización. <ol style="list-style-type: none"> 4.1. Mapas estratégicos 4.2. Tableros de mando (BSC). 			
ACTIVIDADES DE APRENDIZAJE En la columna correspondiente a cada actividad seleccionar las que sí aplican.	TIPO	ACTIVIDAD	SÍ/NO	TIPO DE ESPACIO
	BCD1	Asesoría, seguimiento y evaluación del proceso y los resultados del aprendizaje	Sí	Salón
	BCD2	Ejercicios y prácticas supervisadas para el desarrollo de destrezas y habilidades específicas	Sí	Salón
TIPOS DE ESPACIO Pueden ser: Auditorio, Salón,	BCD3	Participación en seminarios y/o sesiones grupales de análisis y discusión	Sí	Salón

Laboratorio, Taller, Virtual, Sala de cómputo, Deportes, otros.	BCD4	Presentación de productos y/o resultados del trabajo individual o en equipo	Sí	Salón
	BCD5	Realización supervisada de prácticas de laboratorio, experimentos y actividades de diseño y elaboración de productos	Sí	Sala de cómputo
	BCD6	Recepción y procesamiento del discurso didáctico del profesor en sesiones de clase (incluye sesiones demostrativas).	Sí	Salón
	BCD7	Visitas supervisadas a despachos, instalaciones industriales, compañías, empresas y obra pública o privada.	No	
	TIE1	Análisis de productos comunicacionales, estéticos o culturales	No	
	TIE2	Búsqueda, procesamiento y análisis de información de fuentes documentales	Sí	Otros
	TIE3	Búsqueda, procesamiento y análisis de información empírica (trabajo de campo)	Sí	Otros
	TIE4	Consultoría o asesoría externa: diagnóstico de problemas o necesidades, elaboración de planes y proyectos, seguimiento y evaluación de actividades	Sí	Otros
	TIE5	Ejercicios y prácticas para el desarrollo de destrezas y habilidades específicas	Sí	Otros
	TIE6	Elaboración de monografías, ensayos o síntesis conceptuales sobre temas específicos	No	
	TIE7	Elaboración de resúmenes, reseñas o informes de lectura	Sí	Otros
	TIE8	Elaboración y presentación de informes de investigación documental y empírica	No	
	TIE9	Participación en grupos virtuales de trabajo y discusión mediante el uso de tecnologías de información	Sí	Otros
	TIEA	Prácticas profesionales en organismos privados, públicos o sociales	No	
	TIEB	Realización de prácticas de laboratorio, experimentos y actividades de diseño y elaboración de productos	No	
	TIEC	Solución de casos y/o problemas propuestos por el profesor	Sí	Otros
	TIED	Asistencia a foros, congresos, simposios, conferencias o seminarios.	No	
	TIEE	Intervención profesional: acciones directas para atender o resolver problemas y necesidades concretas de organismos y/o comunidades	No	
CRITERIOS Y PROCEDIMIENTOS DE EVALUACIÓN Y ACREDITACIÓN (DEBERÁN INCLUIR %)	Casos y ensayos	30%		
	Entregas parciales	30%		
	Autoevaluación y participación en clase	10%		
	Trabajo final	30%		
REFERENCIAS DOCUMENTALES: Los primeros 3 títulos son <i>referencias básicas</i> . Los siguientes títulos son <i>referencias complementarias</i> . Revisar recomendaciones en documento: "Provisión de bibliografía para planes de estudio", Biblioteca ITESO, octubre de 2012.	REFERENCIAS BÁSICAS			
	TIPO	Libro		
	TÍTULO	<i>Strategy: A View From The Top</i>		
	AUTOR	Cornelis A. De Kluyver.		
	EDITORIAL	Pearson		
	AÑO	2010		
	EDICIÓN	4ª edición		
	TIPO	Libro		
TÍTULO	<i>Essentials for Strategic Management: The Quest for</i>			

	<i>Competitive Advantage.</i>
AUTOR	Gamble, John E.; Thompson, Arthur A.; Peteraf, Margaret A.
EDITORIAL	McGraw-Hill
AÑO	2013
EDICIÓN	3ª edición
TIPO	Libro
TÍTULO	<i>Strategy-Focused Organization, The : How Balance Scorecard Companies Thrive in the New Business Environment</i>
AUTOR	Kaplan, Robert S.; Norton, David P.
EDITORIAL	Harvard Business School
AÑO	2001
EDICIÓN	
REFERENCIAS COMPLEMENTARIAS	
TIPO	
TÍTULO	
AUTOR	
EDITORIAL	
AÑO	
EDICIÓN	
TIPO	
TÍTULO	
AUTOR	
EDITORIAL	
AÑO	
EDICIÓN	
TIPO	
TÍTULO	
AUTOR	
EDITORIAL	
AÑO	
EDICIÓN	