

# INGENIERIA EN DESARROLLO E INNOVACIÓN EMPRESARIAL

## HOJA DE ASIGNATURA CON DESGLOSE DE UNIDADES TEMÁTICAS

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

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

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

APROBÓ: C. G. U. T.

REVISÓ: COMISIÓN DE RECTORES PARA LA CONTINUIDAD DE ESTUDIOS

FECHA DE ENTRADA EN VIGOR: SEPTIEMBRE 2009

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

# ESTRATEGIAS PARA NUEVOS NEGOCIOS

## UNIDADES TEMÁTICAS

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

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

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

APROBÓ: C. G. U. T.

REVISÓ: COMISIÓN DE RECTORES PARA LA CONTINUIDAD DE ESTUDIOS

FECHA DE ENTRADA EN VIGOR: SEPTIEMBRE 2009

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

## ESTRATEGIAS PARA NUEVOS NEGOCIOS

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

e

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

**APROBÓ:** C. G. U. T.

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

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

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

# ESTRATEGIAS PARA NUEVOS NEGOCIOS

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

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

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

**APROBÓ:** C. G. U. T.

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

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

# ESTRATEGIAS PARA NUEVOS NEGOCIOS

## UNIDADES TEMÁTICAS

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

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

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

APROBÓ: C. G. U. T.

REVISÓ: COMISIÓN DE RECTORES PARA LA CONTINUIDAD DE ESTUDIOS

FECHA DE ENTRADA EN VIGOR: SEPTIEMBRE 2009

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

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

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

**APROBÓ:** C. G. U. T.

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

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

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

## ESTRATEGIAS PARA NUEVOS NEGOCIOS

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

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

**APROBÓ:** C. G. U. T.

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

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

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

# ESTRATEGIAS PARA NUEVOS NEGOCIOS

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

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

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

**APROBÓ:** C. G. U. T.

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

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

# ESTRATEGIAS PARA NUEVOS NEGOCIOS

## UNIDADES TEMÁTICAS

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

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

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

**APROBÓ:** C. G. U. T.

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

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

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

## ESTRATEGIAS PARA NUEVOS NEGOCIOS

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

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

**APROBÓ:** C. G. U. T.

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

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

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

## ESTRATEGIAS PARA NUEVOS NEGOCIOS

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

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

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

**APROBÓ:** C. G. U. T.

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

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

# ESTRATEGIAS PARA NUEVOS NEGOCIOS

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

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

---

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

**APROBÓ:** C. G. U. T.

---

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

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

# ESTRATEGIAS PARA NUEVOS NEGOCIOS

## FUENTES BIBLIOGRÁFICAS

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

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

APROBÓ: C. G. U. T.

REVISÓ: COMISIÓN DE RECTORES PARA LA CONTINUIDAD DE ESTUDIOS

FECHA DE ENTRADA EN VIGOR: SEPTIEMBRE 2009

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