

UNIVERSIDAD DE GUADALAJARA

CENTRO UNIVERSITARIO DE CIENCIAS EXACTAS E INGENIERÍAS

SECRETARÍA ACADÉMICA

DIVISIÓN DE INGENIERÍAS

DEPARTAMENTO DE INGENIERÍA INDUSTRIAL

+

ACADEMIA DE: ADMINISTRACIÓN Y CONTABILIDAD

Programa de estudio: Planeación estratégica.

Realizado por:
Academia de Administración y Contabilidad
Coordinado por:
Academia de Administración y Contabilidad

Programa: Planeación estratégica

H-2

Identificación.

Materia: PLANEACIÓN ESTRATÉGICA

Clave: ID411

Departamento: Ingeniería Industrial

Plan semestral

Horas por semestre: 48 **Horas de teoría:** 48

Horas de práctica: 0

Modalidad: Escolarizada **Academia:** Administración y Contabilidad

Fecha: Sept 2003

Prerrequisitos: Teoría de decisiones (ID308)

Fundamentación de la asignatura.

(Finalidades, orientación, perfil, perfil del egresado)

Dar a los ingenieros especialistas en evaluación de proyectos una herramienta real que les permita planear los proyectos con una ventaja real sobre la competencia.

Prepara a los ingenieros para el cambio que crea amenazas y oportunidades. Les ayuda a ser flexibles en sus proyectos, a optimizar los beneficios esperados de estos y reducir al mínimo los problemas generados por el proyecto en cuestión.

El ingeniero sabrá ejercer su libertad para ejecutar su talento sólo limitado por los recursos.

Objetivo de la asignatura.

Al finalizar el curso el alumno será capaz de:
Que el alumno tenga las aptitudes y conocimientos para proyectar hacia el futuro las inversiones de los negocios del mañana.

**Presentación
(Contenidos y su relación con el ejercicio profesional, metodología)**

La planeación estratégica prepara y evalúa proyectos que sean negocios de futuro, la metodología es exposición oral con trabajo en equipo, su evaluación es examen escrito que permita conocer su comprensión y aptitud para desarrollar planes estratégicos.

UNIDADES:

- Unidad 1 Planeación estratégica, naturaleza e importancia.
- Unidad 2 El mercado, costos, precios y el efecto de las curvas de experiencia.
- Unidad 3 entorno externo de un proyecto y análisis de atracción de los negocios.
- Unidad 4 Misión objetivos y tácticas e implantación de planeaciones.

RELACIÓN CON EL EJERCICIO PROFESIONAL.

La propuesta de evaluación de algún proyecto va acompañada de estrategias que no son propias de los estudios realizados para determinar la viabilidad del proyecto, sin embargo, se requiere hacer sugerencias de operación en función de varios análisis como mercado, competencia precios entre otros. Y ésta participación es importante en la decisión de la puesta en marcha de un proyecto, en el cual el ingeniero industrial debe saber como planear, como fijar objetivos y también como alcanzarlos. Requeridos conocimientos son los propuestos en este curso.

METODOLOGÍA.

Exposición oral será una buena base para el desarrollo de los temas a presentar y además del pizarrón y material preparado en acetatos ayudarán a mostrar la planeación y estrategias y teniendo en consideración los trabajos a desarrollar por los alumnos para que tomen habilidad.

Programa: Planeación estratégica	H-4
---	-----

Unidad : 1	NOMBRE: Planeación estratégica, naturaleza e importancia.
-------------------	--

OBJETIVOS PARTICULARES DE LA UNIDAD	
Que el participante conozca que es, por que resulta necesaria y quién debe formular la planeación estratégica.	

N u m	Temas.	Instrumentación Didáctica	Horas.		Clave Bibliográfica.
			T	P	
1.1	Dirección y organización estratégica su organización y consideraciones clave.	Pizarrón y/o acetatos	4		B2, C1
1.2	Consideraciones clave de planeación.		4		B2, C1

Carga de la unidad 8 hrs.

Programa: Planeación estratégica	H-5
---	-----

Unidad : 2	NOMBRE: El mercado, costos, precios y el efecto de las curvas de aprendizaje
-------------------	---

OBJETIVOS PARTICULARES DE LA UNIDAD	
Enseñar a definir el mercado de un proyecto, su importancia y su crecimiento. Mostrar el método de la curva de experiencia para conocer el efecto de los costos y la experiencia y saber utilizarlos en la fijación de precios.	

N u m	Temas.	Instrumentación Didáctica	Horas.		Clave Bibliográfica.
			T	P	
2.1	Como definir el mercado de un proyecto y precisarlo.	Pizarrón y/o acetatos.	5		B1,
2.2	La importancia de la fracción de mercado.	Pizarrón y/o acetatos.	2		B1
2.3	El concepto de cartera y su análisis.	Pizarrón y/o acetatos.	4		B1
2.4	La cantidad de producción y los costos.	Pizarrón y/o acetatos.	4		B1
2.5	Determinación de las curvas de experiencia.	Pizarrón y/o acetatos.	4		B1
2.6	Fijación de los precios con la curva de experiencia.	Pizarrón y/o acetatos.	4		B1
		Carga de la unidad <u>23</u> hrs.			

Programa: Planeación estratégica	H-6
---	-----

Unidad : 3	NOMBRE: Entorno externo de un proyecto y su análisis de atracción de los negocios.
------------	---

OBJETIVOS PARTICULARES DE LA UNIDAD

Conocer como considerar en un proyecto el medio externo que lo afecta.

Aprender a determinar y utilizar los índices de atracción y posición de los negocios.

N u m	Temas.	Instrumentación Didáctica	Horas.		Clave Bibliográfica.
			T	P	
3.1	Evaluación de medio: económico, tecnológico, social, político, ecológico y de la competencia.	Pizarrón y/o acetatos	4		B1, C2, C3, C4
3.2	Indices de atracción y posición.	Pizarrón y/o acetatos	3		B1, C2, C3, C4
3.3	Confección de una lista de posición de la empresa	Pizarrón y/o acetatos	4		B1, C2, C3, C4
		Carga de la unidad <u>11</u> hrs.			

Programa: Planeación estratégica	H-7
---	-----

Unidad : 4	NOMBRE: Misiones, objetivos y tácticas e implementación de planeaciones.
-------------------	---

OBJETIVOS PARTICULARES DE LA UNIDAD	
Enseñar a definir misiones, objetivos, tácticas y poner en práctica los planes.	

N u m	Temas.	Instrumentación Didáctica	Horas.		Clave Bibliográfica.
			T	P	
4.1	Definición de misión.	Pizarrón y/o acetatos	1		B1
4.2	Definición de objetivo.	Pizarrón y/o acetatos	1		B1
4.3	Definición de táctica.	Pizarrón y/o acetatos	2		B1
4.4	Estrategias de: - Concentración - Penetración - Afinamiento. - Recolección. - Disociación y retirada.	Pizarrón y/o acetatos Carga de la unidad <u>6</u> hrs.	2		B1

Programa: Planeación estratégica

H-8

PERÍODO	UNIDADES TEMÁTICAS	PROCEDIMIENTO DE EVALUACIÓN
1 ^a a 10 ^a semanas	Unidad 1 Planeación estratégica, naturaleza e importancia. Unidad 2 El mercado, costos, precios y el efecto de las curvas de experiencia. Unidad 3 entorno externo de un proyecto y análisis de atracción de los negocios. Unidad 4 Misión objetivos y tácticas e implantación de planeaciones	Seguimiento de desempeño y evaluación escrita de conocimientos adquiridos.
11 ^a a 16 ^a semanas		Seguimiento de desempeño y evaluación escrita de conocimientos adquiridos.

2 Exámenes parciales 80 Pts.
Trabajo y tarea 20 Pts.
Total 100 Pts.

Clave	Básica	complementaria	Bibliografía
B1	*		Arthur A Thompson, Administración Estratégica, Editorial McGraw Hill 2001, México
B2	*		George A. Steiner, Planeación estratégica, Editorial C. E. C. S. A., 1999, México
C1		*	Fred David, Conceptos de administración estratégica, Prentice Hall Hispanoamericana 2003. México
C2		*	Joaquin Rodríguez valencia, Como aplicar la planeación estratégica a la pequeña y mediana empresa, Ed. Ecafsa, 1999, México
C3		*	Ana María Castillo Clavero, La dirección en la práctica: casos de gestión de empresas Ed. Pirámide, 2000, Madrid

El presente programa fue aprobado por la academia de Administración y Contabilidad en la fecha de 10 de Noviembre de 2003

Presidente

Secretario

Susana Gutiérrez Ponce

Sofía Gómez Aviles