

**PROGRAMA EDUCATIVO:  
LICENCIATURA EN ADMINISTRACIÓN  
EN COMPETENCIAS PROFESIONALES**

**PROGRAMA DE ASIGNATURA: DIRECCIÓN ESTRATÉGICA**

**CLAVE: E-DIES-3**

Propósito de aprendizaje de la Asignatura		El estudiante administrará una organización a través de la planificación hasta el control de los factores externos e internos para la formulación, implementación y evaluación de estrategias.			
Competencia a la que contribuye la asignatura		Desarrollar la capacidad de dirigir y liderar eficazmente organizaciones mediante el diseño y la implementación de modelos estratégicos innovadores, resolviendo problemas administrativos de manera proactiva y aplicando técnicas de consultoría para mejorar el desempeño empresarial. Gestionar la creación de nuevas empresas del sector de economía social y solidaria (ESS), así como proyectos sociales, garantizando el cumplimiento de las normas, en un contexto internacional y de la industria 4.0 e IA.			
Tipo de competencia	Cuatrimestre	Créditos	Modalidad	Horas por semana	Horas Totales
Específica	8	4.68	Escolarizada	5	75

Unidades de Aprendizaje	Horas del Saber	Horas del Saber Hacer	Horas Totales
	<b>I. Introducción a la Dirección estratégica</b>	4	6
<b>II. Proceso Estratégico</b>	10	15	25
<b>III. Formulación de Estrategias</b>	8	12	20
<b>IV. Implementación de Estrategias</b>	8	12	20
<b>Totales</b>	<b>30</b>	<b>45</b>	<b>75</b>

<b>ELABORÓ:</b>	DGUTYP	<b>REVISÓ:</b>	DGUTYP	<b>F-DA-01-PA-LIC-34.1</b>
<b>APROBÓ:</b>	DGUTYP	<b>VIGENTE A PARTIR DE:</b>	SEPTIEMBRE DE 2024	

Funciones	Capacidades	Criterios de Desempeño
Desempeñar funciones clave de consultoría de negocios para incrementar la productividad a través de la capacitación y la implementación de la evaluación al desempeño con el uso de medios digitales. Verificar el sistema de gestión de calidad con diversas herramientas y la normatividad vigente, para evaluar oportunidades de mejora en las organizaciones.	Generar propuestas de mejora en productividad y capacitación que fortalezca la competitividad de la organización.	Realizar un informe de diagnóstico que contenga: <ul style="list-style-type: none"> <li>- Análisis de la competencia</li> <li>- Análisis del capital humano</li> <li>- Análisis de productividad</li> <li>- Propuesta del plan de acción</li> </ul>
	Diseñar sistemas de evaluación al desempeño que permita monitorear y controlar el desarrollo de las funciones del personal de la Organización.	Elaborar un proyecto que contenga: <ul style="list-style-type: none"> <li>-Descripción de funciones de cada puesto</li> <li>-Análisis de los puestos de una organización</li> <li>-Objetivo de la implementación de la evaluación del desempeño</li> <li>-Método de evaluación del desempeño</li> <li>-Indicadores de medición del desempeño</li> <li>-Manual de evaluación del desempeño en la organización</li> </ul>
	Implementar metodologías de diagnóstico a partir de herramientas de análisis que determinen la situación actual de la organización.	Elabora un reporte que contenga: <ul style="list-style-type: none"> <li>- Resultado de entrevista a profundidad.</li> <li>- Metodología y herramientas utilizadas para realizar el diagnóstico</li> <li>- Indicadores utilizados para el diagnóstico</li> <li>- Análisis de la evaluación actual en función de los indicadores.</li> </ul>
Diseñar proyectos de economía social y solidaria a través de modelos de negocio, emprendimiento y metodologías ágiles para generar soluciones y esquemas de especialización utilizando las tendencias digitales que impacten en el desarrollo sostenible de la región.	Desarrollar soluciones estratégicas de especialización bajo el enfoque de economía social y solidaria.	Elabora una propuesta de proyecto de economía social que contenga: <ul style="list-style-type: none"> <li>- Objetivo, alcance, entregables y beneficios</li> <li>- Metodología de implementación de las estrategias</li> <li>- Margen esperado de impacto y mejora en los indicadores de cada estrategia</li> <li>- Inversión a realizar en recurso humano, material o equipo</li> <li>- Cronograma de trabajo para la implementación de actividades.</li> </ul>

<b>ELABORÓ:</b>	<b>DGUTYP</b>	<b>REVISÓ:</b>	<b>DGUTYP</b>	<b>F-DA-01-PA-LIC-34.1</b>
<b>APROBÓ:</b>	<b>DGUTYP</b>	<b>VIGENTE A PARTIR DE:</b>	<b>SEPTIEMBRE DE 2024</b>	

## UNIDADES DE APRENDIZAJE

<b>Unidad de Aprendizaje</b>	<b>I. Introducción a la Dirección Estratégica.</b>					
<b>Propósito esperado</b>	El estudiante diagnosticará el comportamiento estratégico de una organización, para identificar la postura competitiva de la empresa.					
<b>Tiempo Asignado</b>	<b>Horas del Saber</b>	4	<b>Horas del Saber Hacer</b>	6	<b>Horas Totales</b>	10

Temas	Saber Dimensión Conceptual	Saber Hacer Dimensión Actuacional	Ser y Convivir Dimensión Socioafectiva
Origen y evolución de la dirección estratégica	Explicar el origen de la dirección estratégica. Definir la evolución a través del tiempo y las tendencias en un contexto actual.	Diagramar el origen y evolución de la dirección estratégica.	Asumir la responsabilidad para realizar actividades en forma individual y en equipo en forma proactiva.
Sistema de planificación y dirección estratégica	Diferenciar un sistema de planificación estratégica y un sistema de dirección estratégica.	Establecer las diferencias de los sistemas de planificación y dirección estratégica.	Ejercer liderazgo en la práctica profesional, coordinando las actividades para el buen resultado de la práctica o proceso a desarrollar.
Elementos y conceptos de la dirección estratégica	Definir los diferentes elementos de la dirección estratégica.	Documentar los elementos, conceptos y características de la dirección estratégica.	
Diagnóstico estratégico	Identificar el comportamiento estratégico de una organización, asegurando su éxito en el ambiente futuro. Identificar la postura competitiva de una organización, analizando las ventajas competitivas y diferenciación dentro del mercado y sector empresarial.	Diagnosticar y documentar el comportamiento estratégico de la organización.  Documentar la postura competitiva, ventajas competitivas y diferenciación de la organización.	Desarrollar el pensamiento analítico a través de la identificación de conceptos para resolver problemas en una organización.

<b>ELABORÓ:</b>	<b>DGUTYP</b>	<b>REVISÓ:</b>	<b>DGUTYP</b>	<b>F-DA-01-PA-LIC-34.1</b>
<b>APROBÓ:</b>	<b>DGUTYP</b>	<b>VIGENTE A PARTIR DE:</b>	<b>SEPTIEMBRE DE 2024</b>	

Proceso Enseñanza-Aprendizaje			
Métodos y técnicas de enseñanza	Medios y materiales didácticos	Espacio Formativo	
		Aula	X
Análisis de casos Equipos colaborativos Diagramas	Proyector Lecturas complementarias Análisis de casos Discusión grupal	Laboratorio / Taller	
		Empresa	

Proceso de Evaluación		
Resultado de Aprendizaje	Evidencia de Aprendizaje	Instrumentos de evaluación
Los estudiantes comprenden el origen y evolución de la dirección estratégica.	A partir de una línea de tiempo demostrar la evolución de la dirección estratégica.	Estudio de caso Lista de cotejo
Los estudiantes identifican la diferencia entre el sistema de planificación y dirección estratégica.	A partir de un cuadro comparativo identificar las diferencias en los sistemas de planificación y dirección estratégica.	
Los estudiantes comprenden e identifican conceptos y elementos de la dirección estratégica.	A partir de un caso práctico, identificar los conceptos y elementos de la dirección estratégica.	
Los estudiantes identifican el comportamiento estratégico de la organización.	A partir de un caso práctico, documentar en reporte el diagnóstico del comportamiento de la empresa.	
Los estudiantes identifican la postura competitiva de la organización.	A partir de un reporte identifica la postura competitiva de la empresa.	

ELABORÓ:	DGUTYP	REVISÓ:	DGUTYP	F-DA-01-PA-LIC-34.1
APROBÓ:	DGUTYP	VIGENTE A PARTIR DE:	SEPTIEMBRE DE 2024	

## UNIDADES DE APRENDIZAJE

Unidad de Aprendizaje	<b>II. Proceso Estratégico</b>					
Propósito esperado	El estudiante aplicará las diferentes metodologías de análisis del entorno y analizará los recursos y capacidades para determinar la posición competitiva y estratégica de una organización.					
Tiempo Asignado	Horas del Saber	10	Horas del Saber Hacer	15	Horas Totales	25

Temas	Saber Dimensión Conceptual	Saber Hacer Dimensión Actuacional	Ser y Convivir Dimensión Socioafectiva
Metodologías de análisis	Identificar los diferentes tipos de metodologías de análisis, sus características e importancia en la alta dirección: PEST, Matriz de perfil competitivo, Diamante de Porter, DAFO, cinco fuerzas de Michael Porter y Creación de escenarios.	Diseñar un cuadro comparativo de las metodologías de análisis con sus características y alcances.  Seleccionar la metodología de análisis	Ejercer el pensamiento analítico en el desarrollo de las diferentes metodologías de análisis.  Asumir comportamiento ético para desarrollar actividades en trabajo en equipo y tomar decisiones.
Análisis del entorno sectorial	Explicar los conceptos de competencia industrial, análisis de competidores, amenazas, oportunidades y clientes potenciales.  Definir el análisis del entorno sectorial.  Describir las técnicas de análisis sectorial: PEST, Diamante de Porter, DAFO, Cinco fuerzas de Michael Porter. Describir métodos de creación de escenarios futuros.	Determinar y diagnosticar la posición competitiva de la empresa.  Determinar las oportunidades y amenazas en una organización.  Diseñar escenarios futuros.	Desarrollar con responsabilidad la presentación de resultados a través de la práctica de técnicas de análisis.

<b>ELABORÓ:</b>	<b>DGUTYP</b>	<b>REVISÓ:</b>	<b>DGUTYP</b>	<b>F-DA-01-PA-LIC-34.1</b>
<b>APROBÓ:</b>	<b>DGUTYP</b>	<b>VIGENTE A PARTIR DE:</b>	<b>SEPTIEMBRE DE 2024</b>	

Temas	Saber Dimensión Conceptual	Saber Hacer Dimensión Actuacional	Ser y Convivir Dimensión Socioafectiva
Análisis de los recursos y capacidades	<p>Distinguir conceptualmente que son los recursos y capacidades.</p> <p>Describir los recursos tangibles e intangibles y capacidades.</p> <p>Definir conceptos relacionados con las capacidades: aptitudes centrales, núcleo de competencias y ventaja competitiva.</p> <p>Describir capacidades estratégicas y capacidades insustituibles.</p> <p>Explicar el proceso de análisis de cadena de valor.</p> <p>Describir el núcleo de competencias.</p>	<p>Determinar los recursos y capacidades.</p> <p>Determinar las ventajas competitivas en una organización.</p> <p>Determinar Aptitudes centrales en la cadena de valor..</p>	

ELABORÓ:	DGUTYP	REVISÓ:	DGUTYP	F-DA-01-PA-LIC-34.1
APROBÓ:	DGUTYP	VIGENTE A PARTIR DE:	SEPTIEMBRE DE 2024	

Proceso Enseñanza-Aprendizaje			
Métodos y técnicas de enseñanza	Medios y materiales didácticos	Espacio Formativo	
		Aula	X
Investigación y análisis de casos prácticos Tareas de investigación Equipos colaborativos	Pizarrón Proyector Laptop Videos relacionados a los temas de las unidades Canva	Laboratorio / Taller	
		Empresa	

Proceso de Evaluación		
Resultado de Aprendizaje	Evidencia de Aprendizaje	Instrumentos de evaluación
Los estudiantes comprenden e identifican la aplicación y uso de las diferentes metodologías de análisis.	A partir de un caso práctico empresarial seleccionar 2 metodologías y desarrollar todo el proceso describiendo los resultados.	Proyectos grupales Casos prácticos colaborativos
Los estudiantes analizan las metodologías de análisis en el entorno competitivo.	A partir de un caso práctico, elaborar un reporte que contenga:	
Los estudiantes comprenden la importancia y la investigación del entorno sectorial.	- Matriz de perfil competitivo - Ventajas competitivas - Diferenciales de la organización	
Los estudiantes desarrollan y determinan escenarios futuros en el entorno de las organizaciones.	- Definición de metas y objetivos - Plan director de la organización	
Los estudiantes comprenden e identifican los recursos y capacidades.	A partir de un caso de estudio realizar un diagnóstico usando la metodología de análisis PEST, que contenga lo siguiente:	

ELABORÓ:	DGUTYP	REVISÓ:	DGUTYP	F-DA-01-PA-LIC-34.1
APROBÓ:	DGUTYP	VIGENTE A PARTIR DE:	SEPTIEMBRE DE 2024	

<p>Los estudiantes comprenden conceptos relacionados con las capacidades: aptitudes centrales, núcleo de competencias y ventaja competitiva.</p> <p>Los estudiantes comprenden el desarrollo de la cadena del valor.</p>	<p>-Los cambios políticos, económicos, socio culturales y tecnológicos a través de la identificación de oportunidades y amenazas que puedan afectar a la organización y definir los riesgos del entorno.</p> <p>A partir de un caso práctico proponer escenarios futuros de una organización.</p> <p>A partir de un caso práctico empresarial lista los:</p> <p>-Recursos tangibles e intangibles y capacidades estratégicas.</p> <p>A partir de un caso de estudio detectar aptitudes centrales.</p> <p>A partir de un caso práctico desarrollar la cadena de valor de una organización.</p>	
--	---	--

<b>ELABORÓ:</b>	<b>DGUTYP</b>	<b>REVISÓ:</b>	<b>DGUTYP</b>	<b>F-DA-01-PA-LIC-34.1</b>
<b>APROBÓ:</b>	<b>DGUTYP</b>	<b>VIGENTE A PARTIR DE:</b>	<b>SEPTIEMBRE DE 2024</b>	



## UNIDADES DE APRENDIZAJE

Unidad de Aprendizaje	<b>III. Formulación de estrategias</b>					
Propósito esperado	El estudiante administrará a las organizaciones en los aspectos mercadológicos, financieros, de capital humano, de producción y de servicios, para fortalecer la competitividad en el sector.					
Tiempo Asignado	Horas del Saber	8	Horas del Saber Hacer	12	Horas Totales	20

Temas	Saber Dimensión Conceptual	Saber Hacer Dimensión Actuacional	Ser y Convivir Dimensión Socioafectiva
Gestión de Mercadotecnia	<p>Definir las funciones del marketing en las organizaciones: - marketing operativo, - marketing estratégico.</p> <p>Reconocer el proceso de marketing.</p> <p>Determinar las etapas del marketing estratégico:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>-Análisis de segmentación de mercados.</li> <li>- Análisis del mercado de referencia.</li> <li>- Análisis de la competitividad de la empresa.</li> <li>- Decisiones de posicionamiento y selección de mercados objetivos.</li> </ul> <p>Determinar las etapas del marketing operativo:</p>	<p>Formular el plan de implementación del marketing estratégico.</p> <p>Formular el plan de implementación del marketing operativo.</p>	<p>Desarrollar el pensamiento crítico para identificar áreas de oportunidad en el ámbito mercadológico, de capital humano, financiero, de producción y de servicios.</p> <p>Ejercer la asertividad para generar ideas novedosas que permita impulsar la competitividad de las organizaciones.</p> <p>Asumir la responsabilidad y la ética para realizar actividades en forma</p>

<b>ELABORÓ:</b>	<b>DGUTYP</b>	<b>REVISÓ:</b>	<b>DGUTYP</b>	<b>F-DA-01-PA-LIC-34.1</b>
<b>APROBÓ:</b>	<b>DGUTYP</b>	<b>VIGENTE A PARTIR DE:</b>	<b>SEPTIEMBRE DE 2024</b>	

Temas	Saber Dimensión Conceptual	Saber Hacer Dimensión Actuacional	Ser y Convivir Dimensión Socioafectiva
	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Decisión sobre el lanzamiento de nuevos productos.</li> <li>- Gestión de marca.</li> <li>- Decisión sobre los canales de distribución óptimos.</li> <li>- Decisión sobre precio.</li> <li>- Decisión sobre la promoción</li> </ul>		individual o colectiva, que favorezcan la comunicación y la toma de decisiones, para alcanzar las metas establecidas.
Gestión de Finanzas	<p>Definir las funciones de la dirección estratégica financiera:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Diagnóstico interno</li> <li>- Diagnóstico externo</li> </ul> <p>Describir los tipos de estrategias financieras, sus características y elementos en la formulación:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- De Inversión</li> <li>- De financiamiento</li> <li>- De liquidez</li> <li>- De endeudamiento</li> <li>- De rentabilidad</li> <li>- De riesgo</li> <li>- De productividad</li> </ul>	<p>Detectar las debilidades y fortalezas del entorno financiero interno.</p> <p>Detectar oportunidades y amenazas del entorno financiero externo.</p>	
Gestión de Capital Humano	<p>Definir las funciones de la dirección estratégica en el capital humano:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Diagnóstico interno</li> <li>- Diagnóstico externo.</li> </ul> <p>Reconocer los elementos de la formulación de estrategias de gestión del capital humano:</p>	<p>Detectar las debilidades y fortalezas del entorno interno del capital humano.</p> <p>Detectar oportunidades y amenazas del entorno externo del capital humano.</p>	

ELABORÓ:	DGUTYP	REVISÓ:	DGUTYP	F-DA-01-PA-LIC-34.1
APROBÓ:	DGUTYP	VIGENTE A PARTIR DE:	SEPTIEMBRE DE 2024	

Temas	Saber Dimensión Conceptual	Saber Hacer Dimensión Actuacional	Ser y Convivir Dimensión Socioafectiva
	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Contratación del personal idóneo.</li> <li>- Capacitación, actualización y desarrollo.</li> <li>- Motivación e incentivos.</li> <li>- Aspectos legales.</li> <li>- Remuneraciones.</li> <li>- Pensiones y jubilaciones.</li> <li>- Plan de vida y carrera.</li> <li>- Promoción y crecimiento.</li> <li>- Seguridad e higiene.</li> <li>- Plan de sucesión.</li> <li>- Identidad e integración.</li> </ul>	<p>Formular propuesta de estrategias del capital humano.</p>	
Gestión de Operación de Producción y Servicios	<p>Definir las funciones de la dirección estratégica de la producción y la prestación de servicios.          Describir las etapas del diagnóstico de procesos productivos y de servicios.          Describir el proceso de elaboración del plan de producción y de servicios.</p>	<p>Detectar las debilidades y fortalezas del área de producción y de la prestación de los servicios.</p> <p>Detectar oportunidades y amenazas de la producción y de la prestación de los servicios.</p> <p>Formular propuesta de estrategias de la producción y de la prestación de los servicios.</p>	

ELABORÓ:	DGUTYP	REVISÓ:	DGUTYP	F-DA-01-PA-LIC-34.1
APROBÓ:	DGUTYP	VIGENTE A PARTIR DE:	SEPTIEMBRE DE 2024	

Proceso Enseñanza-Aprendizaje			
Métodos y técnicas de enseñanza	Medios y materiales didácticos	Espacio Formativo	
		Aula	
Análisis de casos Equipos colaborativos Tareas de investigación	Artículos Videos Libros Equipo de cómputo Equipo de proyección Internet Office Windows	Laboratorio / Taller	
		Empresa	X

Proceso de Evaluación		
Resultado de Aprendizaje	Evidencia de Aprendizaje	Instrumentos de evaluación
Los estudiantes comprenden las funciones del marketing en las organizaciones, el proceso del marketing operativo y marketing estratégico.	A partir de un caso práctico de mercadotecnia, elaborar un reporte que incluya: - Plan de marketing estratégico y operativo	Rúbrica Guías de observación
Los estudiantes identifican el proceso de marketing, las etapas de implementación del marketing operativo y marketing estratégico.	A partir de un caso práctico: Detectar las debilidades y fortalezas del entorno financiero; así como las oportunidades y amenazas del entorno financiero, formular propuestas de estrategias financieras.	
Los estudiantes comprenden las funciones de la dirección estratégica financiera; la estructura de los diagnósticos interno y externo.		
Los estudiantes identifican la aplicación de las estrategias financieras, sus características y elementos en la formulación.	A partir de un caso práctico detectar las debilidades y fortalezas; así como las oportunidades y amenazas del entorno, para formular estrategias para el desarrollo del capital humano.	

ELABORÓ:	DGUTYP	REVISÓ:	DGUTYP	F-DA-01-PA-LIC-34.1
APROBÓ:	DGUTYP	VIGENTE A PARTIR DE:	SEPTIEMBRE DE 2024	

Proceso de Evaluación		
Resultado de Aprendizaje	Evidencia de Aprendizaje	Instrumentos de evaluación
<p>Los estudiantes comprenden las funciones de la dirección estratégica en el capital humano; la estructura de los diagnósticos internos y externos.</p> <p>Los estudiantes identifican los elementos de la formulación de estrategias de gestión del capital humano.</p> <p>Los estudiantes comprenden las funciones de la dirección estratégica de la producción y la prestación de servicios; las etapas del diagnóstico de procesos productivos y de servicios.</p> <p>Los estudiantes describen e implementan el plan de producción y de servicios.</p>	<p>A partir de un caso práctico de la producción y de servicios, las y los estudiantes evalúan el proceso productivo de las organizaciones y realizan propuestas de estrategias.</p>	

<b>ELABORÓ:</b>	<b>DGUTYP</b>	<b>REVISÓ:</b>	<b>DGUTYP</b>	<b>F-DA-01-PA-LIC-34.1</b>
<b>APROBÓ:</b>	<b>DGUTYP</b>	<b>VIGENTE A PARTIR DE:</b>	<b>SEPTIEMBRE DE 2024</b>	

## UNIDADES DE APRENDIZAJE

Unidad de Aprendizaje	<b>IV. Implementación de Estrategias</b>					
Propósito esperado	El estudiante evaluará los resultados obtenidos derivados de la ejecución, para determinar las posibles desviaciones, que permitan implementar medidas correctivas y medir el cumplimiento de las estrategias.					
Tiempo Asignado	Horas del Saber	8	Horas del Saber Hacer	12	Horas Totales	20

Temas	Saber Dimensión Conceptual	Saber Hacer Dimensión Actuacional	Ser y Convivir Dimensión Socioafectiva
Ejecución	<p>Identificar el proceso de implementación de plan estratégico.</p> <p>Formular los planes estratégicos:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Definir la misión</li> <li>- Establecer la visión.</li> <li>- Fijar la Filosofía.</li> <li>- Fijar la normas y políticas</li> <li>- Diagnóstico organizacional.</li> </ul> <p>Programar líneas de desarrollo.</p> <p>Desarrollar el proyecto.</p> <p>Establecer los objetivos estratégicos.</p> <p>Elaborar presupuestos.</p> <p>Controlar los planes estratégicos.</p>	<p>Proponer la implementación de planes estratégicos de ejecución.</p>	<p>Fomentar la responsabilidad y ética dentro de equipos de trabajo, promoviendo la comunicación clara, el respeto mutuo en el logro de las metas comunes.</p> <p>Asumir la responsabilidad para realizar actividades en forma individual y en equipo en forma proactiva.</p> <p>Desarrollar el pensamiento crítico a través del análisis de los resultados del cuadro de mando, con la finalidad de obtener información que permita una toma de decisiones oportuna.</p>
Medición de indicadores	Evaluar el proceso estratégico.	Determinar los indicadores de los planes estratégicos.	

<b>ELABORÓ:</b>	<b>DGUTYP</b>	<b>REVISÓ:</b>	<b>DGUTYP</b>	<b>F-DA-01-PA-LIC-34.1</b>
<b>APROBÓ:</b>	<b>DGUTYP</b>	<b>VIGENTE A PARTIR DE:</b>	<b>SEPTIEMBRE DE 2024</b>	

Temas	Saber Dimensión Conceptual	Saber Hacer Dimensión Actuacional	Ser y Convivir Dimensión Socioafectiva
	Identificar método de evaluación de factores internos y externos. Describir las herramientas de la planeación estratégica. <ul style="list-style-type: none"> <li>- Método Cartesiano.</li> <li>- Lluvia de ideas.</li> <li>- Ley de Pareto.</li> <li>- Gráfica de Gantt</li> <li>- PERT</li> <li>- Diagrama causa efecto.</li> <li>- Balanced Scorecard</li> <li>- Análisis Competitivo.</li> <li>- Teoría de colas.</li> <li>- Teoría de los juegos.</li> </ul>		Ser analítico durante el proceso de evaluación de los planes estratégicos, con la finalidad de realizar mejora continua en las metas establecidas.
Control de estrategias	Explicar el concepto de control estratégico.  Identificar el control clásico y control estratégico.  Describir la evaluación de la eficacia del plan estratégico.  Identificar los resultados de acuerdo a las responsabilidades asignadas.  Distinguir la formulación de un sistema de alertas.	Supervisar el plan estratégico de ejecución.  Evaluar plan estratégico de ejecución o medida del logro de los objetivos planteados.  Identificar los resultados obtenidos en cada unidad conforme a las responsabilidades asignadas.	

ELABORÓ:	DGUTYP	REVISÓ:	DGUTYP	F-DA-01-PA-LIC-34.1
APROBÓ:	DGUTYP	VIGENTE A PARTIR DE:	SEPTIEMBRE DE 2024	

Temas	Saber Dimensión Conceptual	Saber Hacer Dimensión Actuacional	Ser y Convivir Dimensión Socioafectiva
	Observar la estructura organizativa para evaluar la eficacia, eficiencia y productividad.		

Proceso Enseñanza-Aprendizaje			
Métodos y técnicas de enseñanza	Medios y materiales didácticos	Espacio Formativo	
		Aula	
Análisis de casos Simulación Equipos colaborativos	Lecturas complementarias Discusión grupal Videos Equipo de cómputo Equipo de proyección Internet	Laboratorio / Taller	
		Empresa	X

Proceso de Evaluación		
Resultado de Aprendizaje	Evidencia de Aprendizaje	Instrumentos de evaluación
Los estudiantes comprenden e identifican el proceso de ejecución de la Dirección Estratégica.	A partir de un caso práctico determinar lo siguiente: Los objetivos, el alcance, entregables, beneficios, metodología de implementación de las estrategias, impacto y mejora en los indicadores de cada estrategia, así como la Inversión en la utilización de los recursos humanos, materiales, y financiera, así como la determinación de un cronograma de trabajo para la implementación de las actividades, Indicadores y la evaluación.	Estudio de caso Lista de cotejo
Los estudiantes comprenden los Indicadores estratégicos de las organizaciones.		
Los estudiantes comprenden conceptos de control estratégico.		
Los estudiantes comprenden la diferencia entre el control estratégico y el control clásico.		

ELABORÓ:	DGUTYP	REVISÓ:	DGUTYP	F-DA-01-PA-LIC-34.1
APROBÓ:	DGUTYP	VIGENTE A PARTIR DE:	SEPTIEMBRE DE 2024	



Proceso de Evaluación		
Resultado de Aprendizaje	Evidencia de Aprendizaje	Instrumentos de evaluación
Los estudiantes analizan el plan estratégico del logro de los objetivos planteados.	<p>A partir de un caso práctico determinar los indicadores estratégicos que incluyan: Establezca el cuadro de mando integral, o Balanced Scorecard, BSC, el presupuesto y la asignación de recursos para el negocio de libre elección.</p> <p>A partir de un caso práctico determine el control estratégico lo siguiente: Calidad de la gestión en el desarrollo del plan estratégico, mediante la identificación de las desviaciones o incumplimiento de los planes establecidos.</p>	

Perfil idóneo del docente		
Formación académica	Formación Pedagógica	Experiencia Profesional
Preferentemente Licenciatura o maestría en Administración o áreas afines.	<p>Manejo de grupo, enseñanza aprendizaje, técnicas de instrucción.</p> <p>Conocimiento del nuevo modelo educativo mexicano.</p> <p>Manejo de herramientas tecnológicas para el proceso enseñanza - aprendizaje.</p>	<p>De 2 a 3 años en la administración de organizaciones.</p> <p>Experiencia docente de un año.</p> <p>Conocimiento de la Dirección estratégica. Es recomendable para el personal docente de asignatura, seguir activo en el ámbito profesional.</p> <p>Conocimientos en el ramo de Dirección, Planeación y finanzas</p> <p>Manejo en paquetería Microsoft Office y conocimiento de algún software relacionado con toma de decisiones y administración estratégica.</p>

<b>ELABORÓ:</b>	<b>DGUTYP</b>	<b>REVISÓ:</b>	<b>DGUTYP</b>	<b>F-DA-01-PA-LIC-34.1</b>
<b>APROBÓ:</b>	<b>DGUTYP</b>	<b>VIGENTE A PARTIR DE:</b>	<b>SEPTIEMBRE DE 2024</b>	

Referencias bibliográficas					
Autor	Año	Título del documento	Lugar de publicación	Editorial	ISBN
Thompson, Arthur A.	2023	Administración Estratégica	India	Mc Graw Hill	9786071520227
Palacios Acero, Luis Carlos	2024	Consultoría empresarial: soluciones, productividad, rentabilidad, innovación y crecimiento.	Bogotá, Colombia	Ecoe Ediciones. Primera edición, 286 páginas.	ISBN: 978-958-503-818-9 (impreso) 978-958-503-819-6
Palacios Acero Luis Carlos.	2023	Dirección estratégica.	Bogotá, Colombia	Editorial: Ecoe	9789585036178
Pérez Gorostegui Eduardo, Rodrigo Moya Beatriz y Martín Martínez Víctor Manuel	2023	Dirección Estratégica de la Empresa.		Universitaria Ramón Areces UNED	978-8499614496
Aitana González Ortiz de Zarate	2023	Dirección Estratégica de Recursos Humanos.	España	Centro de Estudios Financieros	9788445446133
Navas López José Emilio.	2022	La Dirección Estratégica de la Empresa. Teoría y aplicaciones.	España	ARANZADI / CIVITAS	9788411255417
Mendoza F. Juan C.	2022	Dirección Estratégica para Negocios (MIPYMES)	Perú	CJM Consulting	979-8843475864
Guerras Martín Luis Ángel, José Emilio Navas López	2022	La dirección estratégica de la empresa. Teoría y aplicaciones.	España	Thomson-Reuters Civitas, Cizur Menor	978-84-1125-540-0
Rivas Tovar /Luis Artur.	2021	Dirección Estratégica	México	Trillas	9786071739735

<b>ELABORÓ:</b>	<b>DGUTYP</b>	<b>REVISÓ:</b>	<b>DGUTYP</b>	<b>F-DA-01-PA-LIC-34.1</b>
<b>APROBÓ:</b>	<b>DGUTYP</b>	<b>VIGENTE A PARTIR DE:</b>	<b>SEPTIEMBRE DE 2024</b>	

Referencias bibliográficas					
Autor	Año	Título del documento	Lugar de publicación	Editorial	ISBN
Hitt, Jons	2019	Administración Estratégica		CENGAGE LEARNING	9786075268064

Referencias digitales			
Autor	Fecha de recuperación	Título del documento	Vínculo
Álvarez, Piedrahita, I.	06 de Junio de 2024	Finanzas Estrategias y Creación de Valor	<a href="https://ecoeediciones.com/wp-content/uploads/2016/04/Finanzas-estrategicas-y-creacion-de-valor-5ta-Edicion.pdf">https://ecoeediciones.com/wp-content/uploads/2016/04/Finanzas-estrategicas-y-creacion-de-valor-5ta-Edicion.pdf</a>
María del Mar Fuentes y Eulogio Cordón Pozo	06 de junio 2024	Fundamentos de dirección y administración de empresas	<a href="https://www.academia.edu/39202896/Kupdf_netaspdf">https://www.academia.edu/39202896/Kupdf_netaspdf</a>
José Ramón Gallardo Hernández	06 de junio de 2024	Administración Estratégica:	<a href="https://www.academia.edu/35735154/Administraci%C3%B3n_estrat%C3%A9gica_Alfaomega_Contentido">https://www.academia.edu/35735154/Administraci%C3%B3n_estrat%C3%A9gica_Alfaomega_Contentido</a>
Iles Martha Alicia	06 de junio de 2024	Dirección estratégica de recursos humanos: Gestión por competencias	<a href="https://comunicacionrrhh.wordpress.com/wp-content/uploads/2018/04/alles-direccion-estrategica-de-recursos-humanos.pdf">https://comunicacionrrhh.wordpress.com/wp-content/uploads/2018/04/alles-direccion-estrategica-de-recursos-humanos.pdf</a>
Kotler, P. y Armstrong G.	06 de junio de 2024	Fundamentos de Marketing. Pearson.	<a href="https://frrq.cvg.utn.edu.ar/pluginfile.php/14584/mod_resource/content/1/Fundamentos%20del%20Marketing-Kotler.pdf">https://frrq.cvg.utn.edu.ar/pluginfile.php/14584/mod_resource/content/1/Fundamentos%20del%20Marketing-Kotler.pdf</a>
Johnson Gerry; Sholes Kevas; Whittington Rochard	06 de junio de 2024	Dirección Estratégica	<a href="https://www.academia.edu/41365932/DIRECCI%C3%93N_ESTRAT%C3%89GICA_S%C3%89PTI_MA_EDICI%C3%93N_Kevan_Scholes">https://www.academia.edu/41365932/DIRECCI%C3%93N_ESTRAT%C3%89GICA_S%C3%89PTI_MA_EDICI%C3%93N_Kevan_Scholes</a>

ELABORÓ:	DGUTYP	REVISÓ:	DGUTYP	F-DA-01-PA-LIC-34.1
APROBÓ:	DGUTYP	VIGENTE A PARTIR DE:	SEPTIEMBRE DE 2024	

Referencias digitales			
Autor	Fecha de recuperación	Título del documento	Vínculo
Autor: Palacios Acero, Luis Carlos	06 de junio de 2024	Dirección estratégica.	<a href="https://books.google.com.mx/books?id=XOG9EAAAQBAJ&amp;printsec=frontcover&amp;hl=es&amp;source=gbs_ge_summary_r&amp;cad=0#v=onepage&amp;q&amp;f=false">https://books.google.com.mx/books?id=XOG9EAAAQBAJ&amp;printsec=frontcover&amp;hl=es&amp;source=gbs_ge_summary_r&amp;cad=0#v=onepage&amp;q&amp;f=false</a>
Palacios Acero Luis Carlos	06 de junio de 2024	Dirección <u>estratégica</u>	<a href="https://www.academia.edu/44413156/DIRECCION-ESTRATEGICA-Segunda-edici%C3%B3n?rhid=28678388844&amp;swp=rr-rw-wc-41365932">https://www.academia.edu/44413156/DIRECCION-ESTRATEGICA-Segunda-edici%C3%B3n?rhid=28678388844&amp;swp=rr-rw-wc-41365932</a>
Fred R., David	06 de junio de 2024	Conceptos de Administración Estratégica	<a href="https://www.academia.edu/93824384/Conceptos-de-administraci%C3%B3n-estrat%C3%A9gica-14va-Edici%C3%B3n-Fred-R-David">https://www.academia.edu/93824384/Conceptos-de-administraci%C3%B3n-estrat%C3%A9gica-14va-Edici%C3%B3n-Fred-R-David</a>

<b>ELABORÓ:</b>	<b>DGUTYP</b>	<b>REVISÓ:</b>	<b>DGUTYP</b>	<b>F-DA-01-PA-LIC-34.1</b>
<b>APROBÓ:</b>	<b>DGUTYP</b>	<b>VIGENTE A PARTIR DE:</b>	<b>SEPTIEMBRE DE 2024</b>	