

**PROGRAMA EDUCATIVO:
LICENCIATURA EN NEGOCIOS Y MERCADOTECNIA
EN COMPETENCIAS PROFESIONALES**

PROGRAMA DE ASIGNATURA: PLANEACIÓN ESTRATÉGICA

CLAVE: E-PLE-1

Propósito de aprendizaje de la Asignatura		El estudiante elaborará una propuesta de plan estratégico para empresas comerciales y de servicio, a través del uso de herramientas de análisis y diagnóstico, contribuyendo con los resultados a la calidad y la competitividad.			
Competencia a la que contribuye la asignatura		Gestionar el proceso de comercialización de productos y/o servicios a partir del diagnóstico de mercado, condiciones del entorno, estrategias de venta y herramientas administrativas, con la finalidad de satisfacer las necesidades del cliente, apegados a la legislación vigente para contribuir a la competitividad, posicionamiento nacional e internacional de la organización, así como el impacto y desarrollo social y económico de la región.			
Tipo de competencia	Cuatrimestre	Créditos	Modalidad	Horas por semana	Horas Totales
Específica	2	4.69	Escolarizada	5	75

Unidades de Aprendizaje	Horas del Saber	Horas del Saber Hacer	Horas Totales
	I. Concepto e importancia de la planeación estratégica.	4	6

ELABORÓ:	DGUTYP	REVISÓ:	DGUTYP	F-DA-01-PA-LIC-33.1
APROBÓ:	DGUTYP	VIGENTE A PARTIR DE:	SEPTIEMBRE 2024	

II. Elementos del Plan Normativo	12	18	30
III. Plan Estratégico	14	21	35
Totales	30	45	75

Funciones	Capacidades	Criterios de Desempeño
Contribuir a la competitividad, posicionamiento nacional e internacional de la organización, así como el impacto y desarrollo social y económico de la región mediante el diseño de un plan estratégico que tenga componentes alineados a la misión y a visión en búsqueda de un posicionamiento regional, nacional y/o internacional.	Determinar el posicionamiento de la competencia mediante el estudio de sus ventajas competitivas, debilidades, uso de métodos y técnicas, para identificar las oportunidades de la organización en el mercado.	Entrega un análisis de la competencia que contenga: <ul style="list-style-type: none"> - Participación en el mercado - Posicionamiento en el mercado - Matriz de ventajas competitivas y comparativas: - Precio - Calidad del producto - Calidad en el servicio - Canales de distribución - Tiempo de entrega - Publicidad - Condiciones de pago - Seguimiento posventa - Análisis e interpretación de resultados - Detección de oportunidades.
Gestionar procesos de comercialización de productos y/o servicios a partir del diagnóstico de mercado, condiciones del entorno y de mercado, estrategias de venta y herramientas administrativas, con la finalidad de satisfacer las	Identificar tendencias económicas y del mercado mediante el uso de herramientas de investigación cuantitativa y cualitativa.	A partir de un estudio de caso integra un reporte que ejemplifique las tendencias de mercado y cómo los indicadores macroeconómicos determinan las decisiones empresariales microeconómicas en los diferentes tipos de producto y servicios.

ELABORÓ:	DGUTYP	REVISÓ:	DGUTYP	F-DA-01-PA-LIC-33.1
APROBÓ:	DGUTYP	VIGENTE A PARTIR DE:	SEPTIEMBRE 2024	

necesidades del cliente, apegados a la legislación vigente.		
-------------------------------------------------------------	--	--

UNIDADES DE APRENDIZAJE

Unidad de Aprendizaje	I. Concepto e importancia de la planeación estratégica					
Propósito esperado	El estudiante analizará los conceptos clave e importancia de la planeación estratégica en las organizaciones modernas, para comprender su funcionamiento y operatividad.					
Tiempo Asignado	Horas del Saber	4	Horas del Saber Hacer	6	Horas Totales	10

Temas	Saber	Saber Hacer	Ser y Convivir
	Dimensión Conceptual	Dimensión Actucional	Dimensión Socioafectiva
Concepto de planeación estratégica	Describir el concepto de planeación estratégica.	Realizar un análisis del concepto de planeación estratégica	El estudiante desarrollará el pensamiento analítico a través de la identificación de conceptos para resolver problemas en su formación académica o su entorno
Características de planeación estratégica	Identificar las características de la planeación estratégica.	Desarrollar un informe en donde se plasmen las características de planeación estratégica	El estudiante demostrará pensamiento creativo en el desarrollo de actividades

ELABORÓ:	DGUTYP	REVISÓ:	DGUTYP	F-DA-01-PA-LIC-33.1
APROBÓ:	DGUTYP	VIGENTE A PARTIR DE:	SEPTIEMBRE 2024	

Importancia de la planeación estratégica para las unidades económicas	Describir la importancia de la planeación estratégica para las unidades económicas.	Elaborar de un reporte desarrollando la importancia de planeación estratégica para las unidades económicas	El estudiante asumirá la responsabilidad y honestidad para realizar actividades en forma individual y en equipo en forma proactiva
-----------------------------------------------------------------------	-------------------------------------------------------------------------------------	------------------------------------------------------------------------------------------------------------	------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------

Proceso Enseñanza-Aprendizaje			
Métodos y técnicas de enseñanza	Medios y materiales didácticos	Espacio Formativo	
		Aula	X
Técnica demostrativa Técnica dialogo – discusión Equipos colaborativos	Computadora Proyector de diapositivas Pintarrón Presentación electrónica Internet Impresos (casos y ejemplos)	Laboratorio / Taller	X
		Empresa	

Proceso de Evaluación		
Resultado de Aprendizaje	Evidencia de Aprendizaje	Instrumentos de evaluación
Los estudiantes emplean el concepto de planeación estratégica en su discurso. Los estudiantes analizan las características e importancia de la planeación estratégica en el momento de su aplicación en las unidades económicas	Los estudiantes de forma individual realizarán un informe digital en la cual: Plasmen la definición de planeación estratégica de otros autores y a partir de ella plasmen la propia. Describirá la importancia que tiene la planeación estratégica. independientemente del giro y tamaño de la unidad económica.	Lista de cotejo Guía de observación Cuestionario

UNIDADES DE APRENDIZAJE

ELABORÓ:	DGUTYP	REVISÓ:	DGUTYP	F-DA-01-PA-LIC-33.1
APROBÓ:	DGUTYP	VIGENTE A PARTIR DE:	SEPTIEMBRE 2024	

Unidad de Aprendizaje	II. El plan normativo y su relación con la planeación estratégica					
Propósito esperado	El estudiante desarrollará la planeación normativa para establecer el marco de actuación de una unidad económica					
Tiempo Asignado	Horas del Saber	12	Horas del Saber Hacer	18	Horas Totales	30

Temas	Saber Dimensión Conceptual	Saber Hacer Dimensión Actuacional	Ser y Convivir Dimensión Socioafectiva
Desarrollo del pensamiento estratégico	Explicar los factores que determinan el pensamiento estratégico para el desarrollo de estrategias	Formular preguntas estratégicas dirigidas a emprendedores y empresarios de unidades económicas	El estudiante desarrollará el pensamiento analítico a través de la identificación de conceptos para resolver problemas en su formación académica o su entorno
Elementos del plan normativo: Misión Visión Valore. Objetivo empresarial Políticas	Reconocer los elementos del plan normativo y sus características (Misión, Visión, Objetivo empresarial, Valores y Políticas). Ubicar los elementos que constituyen la redacción de cada aspecto que compone el plan normativo. Identificar los lineamientos de las unidades económicas, división bipartita de la administración (estática-dinámica)	Desarrollar un reporte en dónde se describan los elementos del plan normativo y sus características, así como la aplicación de su concepción por el empresario	El estudiante asumirá la responsabilidad y honestidad para realizar actividades en forma individual y en equipo en forma proactiva

Proceso Enseñanza-Aprendizaje

ELABORÓ:	DGUTYP	REVISÓ:	DGUTYP	F-DA-01-PA-LIC-33.1
APROBÓ:	DGUTYP	VIGENTE A PARTIR DE:	SEPTIEMBRE 2024	

Métodos y técnicas de enseñanza	Medios y materiales didácticos	Espacio Formativo	
		Aula	X
Técnica demostrativa Técnica dialogo – discusión Equipos colaborativos	Computadora Proyector de diapositivas Pintarrón Presentación electrónica Internet Impresos (casos y ejemplos)	Laboratorio / Taller	X
		Empresa	

Proceso de Evaluación		
Resultado de Aprendizaje	Evidencia de Aprendizaje	Instrumentos de evaluación
<p>Los estudiantes registran los motivos que tienen los emprendedores y empresarios para iniciar una unidad económica e identifica los elementos del plan normativo de su negocio en un informe.</p> <p>Los estudiantes diferencian los tipos de unidades económicas e identifica a cual pertenece aquella a la que le desarrollará su plan normativo.</p> <p>Los estudiantes redactan el plan normativo de una unidad económica independientemente de su giro y tamaño.</p>	<p>Los estudiantes a través de equipos colaborativos realizarán un caso práctico entregando un proyecto en formato digital con lo siguiente:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Historia de una unidad de negocio - Servicios o productos que ofrece - Objetivo empresarial - Misión - Visión - Valores - Políticas 	<p>Lista de cotejo Guía de observación Cuestionario</p>

UNIDADES DE APRENDIZAJE

Unidad de Aprendizaje	III. Plan estratégico
Propósito esperado	El estudiante empleará las diferentes herramientas de diagnóstico para analizar los resultados y proponer estrategias de crecimiento de una unidad económica

ELABORÓ:	DGUTYP	REVISÓ:	DGUTYP	F-DA-01-PA-LIC-33.1
APROBÓ:	DGUTYP	VIGENTE A PARTIR DE:	SEPTIEMBRE 2024	

Tiempo Asignado	Horas del Saber	14	Horas del Saber Hacer	21	Horas Totales	35
------------------------	------------------------	----	------------------------------	----	----------------------	----

Temas	Saber Dimensión Conceptual	Saber Hacer Dimensión Actuacional	Ser y Convivir Dimensión Socioafectiva
Análisis del macroentorno PESTEL. Análisis externo de los proveedores, clientes y competencia Identificación de los factores internos de una unidad económica	Describir en que consiste cada elemento que componen el macroentorno PESTEL. Identificar como influyen los factores externos (proveedores, clientes y competencia) en la toma de decisiones empresariales	Diseñar un mapa mental que contenga los elementos externos e internos de una unidad económica	El estudiante desarrollará el pensamiento analítico a través de la identificación de conceptos para resolver problemas en su formación académica o su entorno
Matrices estratégicas de diagnóstico: FODA, BCG, Vulnerabilidad, fuerzas de Porter y análisis competitivo	Reconocer las diferencias entre las matrices de diagnóstico con sus respectivos fines	Plasmar en una tabla comparativa las diferencias entre las matrices estratégicas	El estudiante asumirá la responsabilidad y honestidad para realizar actividades en forma individual y en equipo en forma proactiva
Objetivos y estrategias	Identificar la estructura de redacción de objetivos y estrategias. Reconocer las estrategias empresariales para el cumplimiento de las metas.	Desarrollar los objetivos estratégicos obtenidos de las matrices que contribuyan al cumplimiento del plan estratégico	El estudiante demostrará pensamiento creativo en el desarrollo de actividades
Programas y recursos de implementación	Enlistar los apartados que constituyen un cronograma de trabajo para la ejecución de las actividades planeadas	Programar los recursos necesarios en el cronograma de trabajo para la implementación de las estrategias Elaborar propuestas de planeación estratégica	El estudiante asumirá proactividad a través de la autodisciplina, responsabilidad y compromiso con su desarrollo académico

ELABORÓ:	DGUTYP	REVISÓ:	DGUTYP	F-DA-01-PA-LIC-33.1
APROBÓ:	DGUTYP	VIGENTE A PARTIR DE:	SEPTIEMBRE 2024	

Proceso Enseñanza-Aprendizaje			
Métodos y técnicas de enseñanza	Medios y materiales didácticos	Espacio Formativo	
		Aula	X
Técnica demostrativa Técnica dialogo – discusión Equipos colaborativos	Computadora Proyector de diapositivas Pintarrón Presentación electrónica Internet Impresos (casos y ejemplos)	Laboratorio / Taller	X
		Empresa	

Proceso de Evaluación		
Resultado de Aprendizaje	Evidencia de Aprendizaje	Instrumentos de evaluación
<p>Los estudiantes realizan un diagnóstico situacional de una unidad económica para analizar los resultados y establecer objetivos estratégicos.</p> <p>Los estudiantes realizan una propuesta de estrategias de mejora para la unidad económico que benefician el posicionamiento de marca, lealtad del cliente, incremento en ventas y satisfacción laboral.</p>	<p>Los estudiantes, en equipo realizará el plan estratégico de una unidad económica que contenga:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Diagnóstico empresarial aplicado al emprendedor o empresario - Matrices estratégicas con la información recabada - Objetivos y estrategias derivadas de las matrices - Cronograma de trabajo - Costo aproximado de la implementación de las estrategias - Recomendaciones 	<p>Rubrica Lista de cotejo Guía de observación</p>

ELABORÓ:	DGUTYP	REVISÓ:	DGUTYP	F-DA-01-PA-LIC-33.1
APROBÓ:	DGUTYP	VIGENTE A PARTIR DE:	SEPTIEMBRE 2024	

Perfil idóneo del docente		
Formación académica	Formación Pedagógica	Experiencia Profesional
Lic. en Administración, Lic. en Mercadotecnia, Lic. en Contaduría y Licenciado en Economía	Manejo de herramientas didácticas para enseñanza-aprendizaje, de evaluación, técnicas de manejo de grupos, preferentemente modelos por competencias profesionales.	Experiencias en el área y de la especialización que se haya logrado a través de cursos o estudios posteriores al grado, o experiencias en el sector productivo.

Referencias bibliográficas					
Autor	Año	Título del documento	Lugar de publicación	Editorial	ISBN
CIPRIANO LUNA GONZÁLEZ, A.	2017	Plan estratégico de negocios	México	Grupo Editorial Patria	ISBN: 978607744485 5
GONZÁLEZ MILLÁN, J. J.	2019	Manual práctico de planeación estratégica	España	Ediciones Diaz de Santos S.A.	ISBN: 978849052270 7
MATIZ, F., QUINTERO, I.	2019	Pensamiento estratégico: concepto, impulsores y práctica	Colombia	Alpha Editorial	ISBN: 978958778500 5
MUNUERA ALEMÁN, J. L., RODRÍGUEZ ESCUDERO, A. I.	2020	Estrategias de marketing: Un enfoque	España	ESIC Editorial	ISBN: 978841791480 6

ELABORÓ:	DGUTYP	REVISÓ:	DGUTYP	F-DA-01-PA-LIC-33.1
APROBÓ:	DGUTYP	VIGENTE A PARTIR DE:	SEPTIEMBRE 2024	

		basado en el proceso de dirección			
ROJAS, M. D., MEDINA, L. J.	2022	Planeación Estratégica: Casos de estudio 2ª Edición.	Colombia	Colombia: Ediciones de la U.	ISBN: 9789587924565
SAINZ DE VICUÑA ANCÍN, J. M.	2018	El plan estratégico en la práctica	España	ESIC Editorial	ISBN: 9788417129743

Referencias digitales			
Autor	Fecha de recuperación	Título del documento	Vínculo
CHIAVENATO, I., SA PIRO, A.	2018	Planeación Estratégica	https://www.buscalibre.com.mx/libro-planeacion-estrategica/9781456263140/p/51581448
GONZÁLEZ MILLÁN, J. J.	2019	Manual práctico de planeación estratégica	https://www.editdiazdesantos.com/wwwdat/pdf/9788490522424.pdf
RIVAS L.	2021	Dirección Estratégica	https://etrillas.mx/libro/direccion-estrategica_11557

ELABORÓ:	DGUTYP	REVISÓ:	DGUTYP	F-DA-01-PA-LIC-33.1
APROBÓ:	DGUTYP	VIGENTE A PARTIR DE:	SEPTIEMBRE 2024	