



TÉCNICO SUPERIOR UNIVERSITARIO EN  
DESARROLLO DE NEGOCIOS ÁREA MERCADOTECNIA



EN COMPETENCIAS PROFESIONALES

**ASIGNATURA DE ADMINISTRACIÓN**

<b>1. Competencias</b>	Administrar el proceso de comercialización de productos y servicios a partir del diagnóstico de mercado, estrategias de venta y herramientas administrativas, con la finalidad de satisfacer las necesidades del cliente, para contribuir a la competitividad y posicionamiento nacional e internacional de la organización.
<b>2. Cuatrimestre</b>	Primero
<b>3. Horas Teóricas</b>	29
<b>4. Horas Prácticas</b>	46
<b>5. Horas Totales</b>	75
<b>6. Horas Totales por Semana Cuatrimestre</b>	5
<b>7. Objetivo de Aprendizaje</b>	El alumno coordinará actividades empresariales, mediante el proceso administrativo y los sistemas de producción para el logro de los objetivos organizacionales.

Unidades de Aprendizaje	Horas		
	Teóricas	Prácticas	Totales
<b>I. Fundamentos de administración</b>	10	0	10
<b>II. Proceso administrativo</b>	16	39	55
<b>III. Sistemas de producción</b>	3	7	10
<b>Totales</b>	<b>29</b>	<b>46</b>	<b>75</b>


<b>ELABORÓ:</b>	Comité de Directores de la Carrera de TSU en Desarrollo de Negocios área Mercadotecnia	<b>REVISÓ:</b>	Dirección Académica	
<b>APROBÓ:</b>	C. G. U. T. y P.	<b>FECHA DE ENTRADA EN VIGOR:</b>	Septiembre de 2017	

# ADMINISTRACIÓN


## UNIDADES DE APRENDIZAJE

<b>1. Unidad de Aprendizaje</b>	<b>I. Fundamentos de administración</b>
<b>2. Horas Teóricas</b>	10
<b>3. Horas Prácticas</b>	0
<b>4. Horas Totales</b>	10
<b>5. Objetivo de la Unidad de Aprendizaje</b>	El alumno identificará la importancia de la administración en el desarrollo de las organizaciones modernas para comprender su operación.

Temas	Saber	Saber hacer	Ser
Importancia de la administración en las organizaciones	<p>Describir los conceptos de administración, administrador, empresa, eficiencia, eficacia y productividad.</p> <p>Distinguir los tipos de empresa de acuerdo al tamaño, al giro y al origen del capital.</p> <p>Comprender la importancia de la administración aplicada en las organizaciones y en el proceso de toma de decisiones.</p>		<p>Disciplinado</p> <p>Analítico</p> <p>Investigador</p> <p>Creativo</p> <p>Respetuoso</p> <p>Trabajo en equipo</p>

<b>ELABORÓ:</b>	Comité de Directores de la Carrera de TSU en Desarrollo de Negocios área Mercadotecnia	<b>REVISÓ:</b>	Dirección Académica	
<b>APROBÓ:</b>	C. G. U. T. y P.	<b>FECHA DE ENTRADA EN VIGOR:</b>	Septiembre de 2017	


Temas	Saber	Saber hacer	Ser
Orígenes y evolución de la administración	<p>Identificar las etapas de la evolución de la administración y sus enfoques: científica y operacional.</p> <p>Identificar las tendencias contemporáneas de la administración.</p>		<p>Disciplinado</p> <p>Analítico</p> <p>Investigador</p> <p>Creativo</p> <p>Respetuoso</p> <p>Trabajo en equipo</p>

<b>ELABORÓ:</b>	Comité de Directores de la Carrera de TSU en Desarrollo de Negocios área Mercadotecnia	<b>REVISÓ:</b>	Dirección Académica	
<b>APROBÓ:</b>	C. G. U. T. y P.	<b>FECHA DE ENTRADA EN VIGOR:</b>	Septiembre de 2017	

# ADMINISTRACIÓN

## PROCESO DE EVALUACIÓN

Resultado de aprendizaje	Secuencia de aprendizaje	Instrumentos y tipos de reactivos
Elaborar un ensayo que contenga: La evolución de la administración, elementos, importancia y tendencias contemporáneas.	<ol style="list-style-type: none"><li>1. Comprender el concepto de administración y sus elementos.</li><li>2. Comprender la importancia de la administración aplicada.</li><li>3. Identificar las etapas de la evolución y sus enfoques.</li><li>4. Distinguir las tendencias contemporáneas de la administración.</li></ol>	Ensayo Rúbrica

<b>ELABORÓ:</b>	Comité de Directores de la Carrera de TSU en Desarrollo de Negocios área Mercadotecnia	<b>REVISÓ:</b>	Dirección Académica	
<b>APROBÓ:</b>	C. G. U. T. y P.	<b>FECHA DE ENTRADA EN VIGOR:</b>	Septiembre de 2017	


# ADMINISTRACIÓN

## PROCESO ENSEÑANZA APRENDIZAJE

Métodos y técnicas de enseñanza	Medios y materiales didácticos
Lectura asistida Realización de trabajos de investigación Discusión en grupo	Equipo de cómputo Videoprojector Internet Impresos Pintarrón

### ESPACIO FORMATIVO

Aula	Laboratorio / Taller	Empresa
X		


<b>ELABORÓ:</b>	Comité de Directores de la Carrera de TSU en Desarrollo de Negocios área Mercadotecnia	<b>REVISÓ:</b>	Dirección Académica	
<b>APROBÓ:</b>	C. G. U. T. y P.	<b>FECHA DE ENTRADA EN VIGOR:</b>	Septiembre de 2017	

# ADMINISTRACIÓN


## UNIDADES DE APRENDIZAJE

<b>1. Unidad de Aprendizaje</b>	<b>II. Proceso Administrativo</b>
<b>2. Horas Teóricas</b>	16
<b>3. Horas Prácticas</b>	39
<b>4. Horas Totales</b>	55
<b>5. Objetivo de la Unidad de Aprendizaje</b>	El alumno desarrollará el proceso administrativo para lograr el cumplimiento de los objetivos organizacionales.


Temas	Saber	Saber hacer	Ser
Introducción al proceso administrativo	Describir los conceptos de: proceso, proceso administrativo y sus elementos: <ul style="list-style-type: none"> <li>- Planeación</li> <li>- Organización</li> <li>- Dirección</li> <li>- Control</li> </ul>		Analítico Responsable Disciplinado Ético Asertivo Proactivo Respetuoso Trabajo en equipo

<b>ELABORÓ:</b>	Comité de Directores de la Carrera de TSU en Desarrollo de Negocios área Mercadotecnia	<b>REVISÓ:</b>	Dirección Académica	
<b>APROBÓ:</b>	C. G. U. T. y P.	<b>FECHA DE ENTRADA EN VIGOR:</b>	Septiembre de 2017	

Temas	Saber	Saber hacer	Ser
Planeación	<p>Identificar la importancia, propósito y principios de la planeación.</p> <p>Identificar los tipos de planeación:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Estratégica</li> <li>- Táctica</li> <li>- Operativa.</li> </ul> <p>Describir los elementos de la planeación:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Misión</li> <li>- Visión</li> <li>- Valores</li> <li>- Políticas</li> <li>- Objetivos</li> <li>- Estrategias</li> <li>- Programas</li> <li>- Reglamentos</li> <li>- Procedimiento</li> <li>- Pronósticos</li> <li>- Presupuestos.</li> </ul> <p>Explicar los conceptos, características y finalidad de las herramientas de planeación:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Gráfica de Gantt</li> <li>- Diagramas de flujo</li> <li>- Ruta crítica.</li> </ul>	<p>Formular filosofía organizacional.</p> <p>Desarrollar planes de actividades utilizando las herramientas de planeación.</p>	<p>Capacidad de planeación</p> <p>Organizado</p> <p>Analítico</p> <p>Responsable</p> <p>Disciplinado</p> <p>Ético</p> <p>Proactivo</p> <p>Respetuoso</p> <p>Líder</p> <p>Toma de decisiones</p> <p>Trabajo en equipo</p>


<b>ELABORÓ:</b>	Comité de Directores de la Carrera de TSU en Desarrollo de Negocios área Mercadotecnia	<b>REVISÓ:</b>	Dirección Académica	
<b>APROBÓ:</b>	C. G. U. T. y P.	<b>FECHA DE ENTRADA EN VIGOR:</b>	Septiembre de 2017	

Temas	Saber	Saber hacer	Ser
Organización	<p>Comprender la importancia de la organización en el ámbito comercial.</p> <p>Describir los 4 elementos de la organización:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- División del trabajo</li> <li>- Departamentalización: <ul style="list-style-type: none"> <li>- Por Función</li> <li>- Producto</li> <li>- Cliente</li> <li>- Distribución Geográfica.</li> </ul> </li> <li>- Jerarquización</li> <li>- Coordinación</li> </ul> <p>Comprender las técnicas para la organización:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Organigramas</li> <li>- Manuales</li> <li>- Diagramas de flujo</li> </ul> <p>Definir los conceptos:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Recursos humanos</li> <li>- Perfiles</li> <li>- Cédulas de evaluación de puestos</li> <li>- Análisis de puestos.</li> </ul> <p>Identificar las etapas de proceso de organización del personal:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Reclutamiento</li> <li>- Selección</li> <li>- Contratación</li> <li>- Inducción</li> <li>- Capacitación.</li> </ul>	Elaborar organigramas manuales y diagramas de flujo.	Organizado Analítico Responsable Disciplinado Ético Proactivo Respetuoso Líder Toma de decisiones Trabajo en equipo

<b>ELABORÓ:</b>	Comité de Directores de la Carrera de TSU en Desarrollo de Negocios área Mercadotecnia	<b>REVISÓ:</b>	Dirección Académica	
<b>APROBÓ:</b>	C. G. U. T. y P.	<b>FECHA DE ENTRADA EN VIGOR:</b>	Septiembre de 2017	




Temas	Saber	Saber hacer	Ser
Dirección	<p>Describir las etapas del proceso de dirección:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Toma De Decisiones</li> <li>- Motivación</li> <li>- Comunicación</li> <li>- Liderazgo</li> </ul>	Formular estrategias de dirección de acuerdo al programa de actividades.	<p>Organizado</p> <p>Analítico</p> <p>Responsable</p> <p>Disciplinado</p> <p>Ético</p> <p>Proactivo</p> <p>Respetuoso</p> <p>Liderazgo</p> <p>Toma de decisiones</p> <p>Trabajo en equipo</p>
Control	<p>Identificar los tipos de control:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Preventivo</li> <li>- Concurrente</li> <li>- Correctivo</li> </ul> <p>Describir los elementos del proceso de control:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Medición del desempeño</li> <li>- Comparación del desempeño con el estándar</li> <li>- Corrección de desviaciones aplicando medidas correctivas</li> </ul>	Proponer estrategias de control de acuerdo al programa de actividades.	<p>Organizado</p> <p>Analítico</p> <p>Responsable</p> <p>Disciplinado</p> <p>Ético</p> <p>Proactivo</p> <p>Respetuoso</p> <p>Líder</p> <p>Toma de decisiones</p> <p>Trabajo en equipo</p>

<b>ELABORÓ:</b>	Comité de Directores de la Carrera de TSU en Desarrollo de Negocios área Mercadotecnia	<b>REVISÓ:</b>	Dirección Académica	
<b>APROBÓ:</b>	C. G. U. T. y P.	<b>FECHA DE ENTRADA EN VIGOR:</b>	Septiembre de 2017	

# ADMINISTRACIÓN

## PROCESO DE EVALUACIÓN

Resultado de aprendizaje	Secuencia de aprendizaje	Instrumentos y tipos de reactivos
<p>A partir de un caso práctico de una organización, elaborar un reporte que incluya:</p> <p>Planeación:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Misión</li> <li>- Visión</li> <li>- Políticas</li> <li>- Objetivos</li> <li>- Estrategias</li> </ul> <p>Organización:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Organigrama</li> <li>- Descripción de puestos</li> </ul> <p>Dirección:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Estrategias de comunicación</li> <li>- Liderazgo</li> <li>- Motivación</li> <li>- Toma de decisiones</li> </ul> <p>Control:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Herramientas de control</li> </ul>	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Identificar el proceso administrativo.</li> <li>2. Comprender los elementos de las etapas del proceso administrativo.</li> <li>3. Desarrollar el proceso administrativo para una actividad.</li> </ol>	<p>Estudio de casos</p> <p>Rúbrica</p>

<b>ELABORÓ:</b>	Comité de Directores de la Carrera de TSU en Desarrollo de Negocios área Mercadotecnia	<b>REVISÓ:</b>	Dirección Académica	
<b>APROBÓ:</b>	C. G. U. T. y P.	<b>FECHA DE ENTRADA EN VIGOR:</b>	Septiembre de 2017	


# ADMINISTRACIÓN

## PROCESO ENSEÑANZA APRENDIZAJE

Métodos y técnicas de enseñanza	Medios y materiales didácticos
Análisis de casos Equipos colaborativos Ejercicios prácticos	Pintarrón Internet Equipo de cómputo Equipo de proyección Revistas especializadas

### ESPACIO FORMATIVO

Aula	Laboratorio / Taller	Empresa
X		


<b>ELABORÓ:</b>	Comité de Directores de la Carrera de TSU en Desarrollo de Negocios área Mercadotecnia	<b>REVISÓ:</b>	Dirección Académica	
<b>APROBÓ:</b>	C. G. U. T. y P.	<b>FECHA DE ENTRADA EN VIGOR:</b>	Septiembre de 2017	

# ADMINISTRACIÓN

## UNIDADES DE APRENDIZAJE

<b>1. Unidad de Aprendizaje</b>	<b>III. Sistema de producción</b>
<b>2. Horas Teóricas</b>	3
<b>3. Horas Prácticas</b>	7
<b>4. Horas Totales</b>	10
<b>5. Objetivo de la Unidad de Aprendizaje</b>	El alumno distinguirá los sistemas de producción y la clasificación de los procesos de manufactura existentes para comprender su relación con el área comercial.


Temas	Saber	Saber hacer	Ser
Sistema de producción	<p>Describir el concepto de sistema de producción, su función y la relación con el área comercial.</p> <p>Identificar las características de las empresas manufactureras.</p>		<p>Responsable</p> <p>Analítico</p> <p>Disciplinado</p> <p>Ético</p> <p>Habilidad de comunicarse correctamente</p> <p>Iniciativa</p> <p>Organizado</p>
Clasificación de los sistemas de producción	<p>Describir la clasificación de los sistemas de producción y sus características:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- En Línea</li> <li>- Continua</li> <li>- Por Lote</li> <li>- Por Proyecto</li> <li>- Por Grupos Tecnológicos.</li> </ul>	<p>Desarrollar propuestas de sistemas de producción para empresas manufactureras.</p>	<p>Responsable</p> <p>Analítico</p> <p>Disciplinado</p> <p>Ético</p> <p>Habilidad de comunicarse correctamente</p> <p>Iniciativa</p> <p>Organizado</p>

<b>ELABORÓ:</b>	Comité de Directores de la Carrera de TSU en Desarrollo de Negocios área Mercadotecnia	<b>REVISÓ:</b>	Dirección Académica	
<b>APROBÓ:</b>	C. G. U. T. y P.	<b>FECHA DE ENTRADA EN VIGOR:</b>	Septiembre de 2017	

# ADMINISTRACIÓN

## PROCESO DE EVALUACIÓN

Resultado de aprendizaje	Secuencia de aprendizaje	Instrumentos y tipos de reactivos
<p>Elaborar un reporte que incluya:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- 5 empresas manufactureras de la región</li> <li>- Características de cada una</li> <li>- Sistema de producción propuesto</li> <li>- Justificación</li> </ul>	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Comprender el concepto de sistema de producción.</li> <li>2. Identificar las características de los diferentes sistemas de producción.</li> <li>3. Identificar las características de las empresas manufactureras.</li> <li>4. Realizar la propuesta del sistema de producción.</li> </ol>	<p>Reporte</p> <p>Lista de cotejo</p>

<b>ELABORÓ:</b>	Comité de Directores de la Carrera de TSU en Desarrollo de Negocios área Mercadotecnia	<b>REVISÓ:</b>	Dirección Académica	
<b>APROBÓ:</b>	C. G. U. T. y P.	<b>FECHA DE ENTRADA EN VIGOR:</b>	Septiembre de 2017	


# ADMINISTRACIÓN

## PROCESO ENSEÑANZA APRENDIZAJE

Métodos y técnicas de enseñanza	Medios y materiales didácticos
Equipos colaborativos Realización de trabajos de investigación Aprendizaje situado	Equipo de cómputo Video proyector Internet Impresos Videos Pintarrón

### ESPACIO FORMATIVO


Aula	Laboratorio / Taller	Empresa
X		

<b>ELABORÓ:</b>	Comité de Directores de la Carrera de TSU en Desarrollo de Negocios área Mercadotecnia	<b>REVISÓ:</b>	Dirección Académica	
<b>APROBÓ:</b>	C. G. U. T. y P.	<b>FECHA DE ENTRADA EN VIGOR:</b>	Septiembre de 2017	


## ADMINISTRACIÓN

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

Capacidad	Criterios de Desempeño
Diagnosticar la situación de la empresa a través del uso de herramientas financieras, administrativas y de investigación, así como análisis de las áreas funcionales, para planificar el proceso de comercialización.	<p>Elabora un diagnóstico de la empresa que incluya:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- filosofía organizacional</li> <li>- objetivos organizacionales</li> <li>- análisis financiero:               <ul style="list-style-type: none"> <li>- Método vertical                   <ul style="list-style-type: none"> <li>- Razones financieras</li> <li>- Porcientos integrales</li> <li>- Punto crítico</li> </ul> </li> <li>- Método horizontal                   <ul style="list-style-type: none"> <li>- Tendencias</li> <li>- Variaciones porcentuales</li> <li>- Capacidad instalada</li> <li>- Posicionamiento en el mercado</li> <li>- Análisis del producto</li> <li>- Canales de distribución</li> <li>- Competitividad de la fuerza de ventas</li> <li>- Comportamiento de la cartera de clientes</li> <li>- Percepción de los públicos</li> <li>- Identifica fortalezas y debilidades.</li> </ul> </li> </ul> </li> </ul>


<b>ELABORÓ:</b>	Comité de Directores de la Carrera de TSU en Desarrollo de Negocios área Mercadotecnia	<b>REVISÓ:</b>	Dirección Académica	
<b>APROBÓ:</b>	C. G. U. T. y P.	<b>FECHA DE ENTRADA EN VIGOR:</b>	Septiembre de 2017	

Capacidad	Criterios de Desempeño
<p>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.</p>	<p>Entrega un análisis de la competencia que contenga:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- participación en el mercado</li> <li>- posicionamiento en el mercado</li> <li>- matriz de ventajas competitivas y comparativas: <ul style="list-style-type: none"> <li>- Precio</li> <li>- Calidad Del Producto</li> <li>- Calidad En El Servicio</li> <li>- Canales De Distribución</li> <li>- Tiempo De Entrega</li> <li>- Publicidad</li> <li>- Condiciones De Pago</li> <li>- Seguimiento Posventa</li> </ul> </li> <li>- análisis e interpretación de resultados</li> <li>- detección de oportunidades</li> </ul>
<p>Realizar investigaciones de mercado nacionales e internacionales mediante un análisis del entorno y el uso de métodos cuantitativos y cualitativos, para la toma de decisiones comerciales.</p>	<p>Presenta un informe de la investigación de mercados que contenga:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Resumen Ejecutivo</li> <li>- Planteamiento de la investigación (problema, objetivo, hipótesis, metodología de la investigación, propuesta técnica, Instrumento para la recolección de Información)</li> <li>- Recolección y tratamiento de datos</li> <li>- Análisis e Interpretación de resultados</li> <li>- Conclusiones y recomendaciones</li> </ul>
<p>Formular ideas de negocios nacionales e internacionales a través de la metodología de proyectos de negocios, para aprovechar las oportunidades detectadas.</p>	<p>Presenta un anteproyecto a nivel perfil que contenga:</p> <p>Resumen ejecutivo</p> <p>Definición del bien o servicio</p> <p>Análisis de mercado</p> <p>Análisis técnico:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Organizacional</li> <li>- Legal</li> <li>- Producción</li> <li>- Impacto ambiental</li> </ul> <p>Análisis Financiero</p> <p>Análisis de prefactibilidad</p> <p>Conclusiones</p>

<b>ELABORÓ:</b>	Comité de Directores de la Carrera de TSU en Desarrollo de Negocios área Mercadotecnia	<b>REVISÓ:</b>	Dirección Académica	
<b>APROBÓ:</b>	C. G. U. T. y P.	<b>FECHA DE ENTRADA EN VIGOR:</b>	Septiembre de 2017	




Capacidad	Criterios de Desempeño
Elaborar programas de ventas con base en pronósticos de ventas, y mediante el análisis de recursos y el diseño de estrategias, para lograr las metas comerciales.	Elabora un programa de ventas que contenga: <ul style="list-style-type: none"> <li>- pronóstico</li> <li>- objetivos</li> <li>- metas</li> <li>- estrategias</li> <li>- presupuestos</li> <li>- calendarización de actividades</li> </ul>
Organizar fuerzas de venta mediante la asignación de funciones, métodos de ventas y técnicas administrativas, para el logro de las metas comerciales.	Presenta una propuesta de estructura del departamento de ventas que incluye: <ul style="list-style-type: none"> <li>- Filosofía organizacional</li> <li>- Estructura organizacional del área de ventas</li> <li>- Perfiles y descripción de puestos</li> <li>- Selección de vendedores</li> <li>- Plan de capacitación</li> <li>- Plan de incentivos</li> </ul>
Supervisar procesos comerciales mediante herramientas de control e indicadores de desempeño, para establecer acciones de mejora y contribuir a la rentabilidad de la organización.	Elabora un reporte que incluye: <ul style="list-style-type: none"> <li>- Tipo de supervisión</li> <li>- Instrumentos de control</li> <li>- Medición de indicadores del área de ventas</li> <li>- Evaluación de la satisfacción del cliente</li> <li>- Evaluación del desempeño de la fuerza de ventas</li> <li>- Propuestas de mejora.</li> </ul>

<b>ELABORÓ:</b>	Comité de Directores de la Carrera de TSU en Desarrollo de Negocios área Mercadotecnia	<b>REVISÓ:</b>	Dirección Académica	
<b>APROBÓ:</b>	C. G. U. T. y P.	<b>FECHA DE ENTRADA EN VIGOR:</b>	Septiembre de 2017	

# ADMINISTRACIÓN

## FUENTES BIBLIOGRÁFICAS

Autor	Año	Título del Documento	Ciudad	País	Editorial
Stephen P, Robbins y Coulter, Mary	(2015)	<i>Administración</i>	Ciudad de México	México	Pearson Educacion ISBN: 9786073227674
Münch Galindo, Lourdes	(2014)	<i>Administración: Gestión organizacional, enfoque y proceso administrativo</i>	Ciudad de México	México	Pearson Educacion ISBN: 9786073227001
Hernández y Rodríguez, Sergio	(2012)	<i>Introducción a la Administración. Teoría general administrativa: origen, evolución y vanguardia</i>	Ciudad de México	México	McGraw Hill Interamericana ISBN: 9786071506177
Chiavenato, Idalberto	(2011)	<i>Administración de Recursos Humanos</i>	Ciudad de México	México	McGraw Hill Interamericana ISBN: 9786071505606
Velázquez Mastreta, Gustavo	(2008)	<i>Administración de los Sistemas de Producción</i>	Ciudad de México	México	Editorial Limusa ISBN: 9681864913

<b>ELABORÓ:</b>	Comité de Directores de la Carrera de TSU en Desarrollo de Negocios área Mercadotecnia	<b>REVISÓ:</b>	Dirección Académica	
<b>APROBÓ:</b>	C. G. U. T. y P.	<b>FECHA DE ENTRADA EN VIGOR:</b>	Septiembre de 2017	