

Universidad Autónoma del Estado de México
Facultad de Ciencias Políticas y Sociales
Licenciatura en Gestión de la Información en Redes Sociales



Programa de estudio de la unidad de aprendizaje:

Dirección Estratégica

Elaboró: Mtra. Ana Luisa Castro Martínez

Fecha de aprobación:

H. Consejo Académico
30 de Septiembre de 2019
Acta (711)

H. Consejo de Gobierno
30 de Septiembre de 2019
Acta (788)

Facultad de Ciencias Políticas y Sociales





Índice

	Pág.
I. Datos de identificación.	3
II. Presentación del programa de estudios.	4
III. Ubicación de la unidad de aprendizaje en el mapa curricular.	4
IV. Objetivos de la formación profesional.	4
V. Objetivos de la unidad de aprendizaje.	7
VI. Contenidos de la unidad de aprendizaje y su organización.	7
VII. Acervo bibliográfico.	10
VIII. Mapa curricular.	11





I. Datos de identificación

Espacio educativo donde se imparte

Facultad de Ciencias Políticas y Sociales

Licenciatura

Licenciatura en Gestión de la Información en Redes Sociales

Unidad de aprendizaje

Dirección Estratégica

Clave

LGS032

Carga académica

4

2

6

10

Horas
teóricas

Horas
prácticas

Total de
horas

Créditos

Período escolar en que se ubica

1

2

3

4

5

6

7

8

9

Seriación

Ninguna

Ninguna

UA Antecedente

UA Consecuente

Tipo de Unidad de Aprendizaje

Curso

Curso taller

Seminario

Taller

Laboratorio

Práctica profesional

Otro tipo (especificar)

Modalidad educativa

Escolarizada. Sistema rígido

No escolarizada. Sistema virtual

Escolarizada. Sistema flexible

No escolarizada. Sistema a distancia

No escolarizada. Sistema abierto

Mixta

Formación común



No presenta



II. Presentación del programa de estudios

Esta unidad de aprendizaje busca que el alumno logre, en un contexto de cambios constantes, obtener una visión global de la empresa, potenciando sus capacidades, habilidades y el pensamiento estratégico que permita la toma de decisiones para alcanzar los objetivos organizacionales.

La unidad de aprendizaje de Dirección Estratégica está conformada por tres unidades: en la primera, se lleva a cabo la introducción a los conceptos fundamentales de Dirección estratégica, para luego hacer una revisión de las etapas de este proceso: diagnóstico y análisis, elección e implementación de la estrategia, revisión, evaluación y control de estrategias, concluyendo con la ética de negocios y las nuevas tendencias en la Dirección Estratégica, de tal forma que el alumno cuente con los principios que le permitan la aplicación de estos conocimientos en el campo laboral.

También contribuye en el perfil del profesional para la búsqueda de incorporar mejores estrategias en las gestiones que desarrolle, las cuales fundamenten su proyección de asumir cargos directivos. Los conocimientos de esta Unidad de Aprendizaje permitirán aplicar una visión estratégica que permita ejercitar la toma de decisiones desde una perspectiva a nivel directivo; en general el egresado estará preparado para asumir y consolidar posiciones de mayor importancia dentro de una organización que labore; siempre planificando y evaluando la toma de decisiones desde un contexto global para adaptarlo a su entorno.

III. Ubicación de la unidad de aprendizaje en el mapa curricular

Núcleo de formación: Integral

Área Curricular: Ciencias Económico Administrativas

Carácter de la UA: Obligatoria





IV. Objetivos de la formación profesional

Objetivos del programa educativo:

La Licenciatura en Gestión de la Información en Redes Sociales forma profesionales que contribuyen al progreso social, económico y cultural del país, a través de los siguientes objetivos:

Generales

- Ejercer el diálogo y el respeto como principios de la convivencia con sus semejantes, y apertura al mundo.
- Reconocer la diversidad cultural y disfrutar de sus bienes y valores.
- Convivir con las reglas de comportamiento socialmente aceptables, y contribuir en su evolución.
- Adquirir los valores de cooperación y solidaridad.
- Cuidar su salud y desarrollar armoniosamente su cuerpo; ejercer responsablemente y de manera creativa el tiempo libre.
- Desarrollar la sensibilidad y el arte como base a la creatividad.
- Ampliar su universo cultural para mejorar la comprensión del mundo y del entorno en que vive, para cuidar de la naturaleza y potenciar sus expectativas.
- Participar activamente en su desarrollo académico para acrecentar su capacidad de aprendizaje y evolucionar con autonomía como Licenciado(a) en Gestión de la Información en Redes Sociales.
- Asumir los principios y valores universitarios, y actuar en consecuencia.
- Emplear habilidades lingüístico-comunicativas de inglés como segunda lengua.
- Desarrollar su forma de expresarse, su creatividad, iniciativa y espíritu emprendedor.
- Desarrollar un juicio profesional basado en la responsabilidad, objetividad, credibilidad y justicia.

Particulares

- Crear sistemas de bases de datos mediante algoritmos, modelos matemáticos y modelos de software; para almacenar, recuperar y procesar datos de la sociedad en red.
- Seleccionar métodos y técnicas cualitativas y cuantitativas en el análisis de datos, comprender su significado, procesarlo y convertirlo en información útil para las organizaciones públicas y privadas.
- Analizar el marco normativo, la seguridad de las TIC y los delitos cibernéticos, para evaluar decisiones y formular soluciones racionales y éticas sobre el uso, acceso y protección de datos e información de la sociedad en red.





- Analizar datos mediante la selección de principios, métodos y técnicas estadísticas, modelos de inteligencia artificial, minería de datos y teoría de juegos; para localizar patrones, identificar tendencias, necesidades y problemáticas de la sociedad en red.
- Investigar mercados a través de métodos cuantitativos y cualitativos para mejorar o innovar productos tangibles e intangibles e identificar oportunidades de negocio en las organizaciones públicas y privadas.
- Desarrollar habilidades tecnológicas mediante el uso de las tecnologías de la información y comunicación, para operar plataformas digitales y comunidades virtuales de la sociedad en red.
- Crear estrategias discursivas mediante la composición editorial y diseño gráfico, para comunicar información, contenido e imagen de personas, productos tangibles e intangibles, organizaciones públicas y privadas en plataformas y redes sociales digitales.
- Gestionar información en las organizaciones públicas y privadas a través del proceso administrativo, para tomar decisiones estratégicas en los ámbitos de intervención profesional de los sectores primario, secundario y terciario.
- Seleccionar los canales y medios de comunicación para difundir información, promover la identidad, imagen y reputación de personas y organizaciones; así como comercializar productos tangibles e intangibles vía *internet*.
- Colaborar en la formulación de políticas, legislación y lineamientos en torno al acceso, uso y protección de datos e información, para personas y organizaciones públicas y privadas.
- Administrar sistemas de información en plataformas tecnológicas y redes sociales digitales, respetando las políticas, legislación y lineamientos sobre el uso, acceso y protección de datos e información.
- Proponer información para la toma de decisiones en el desarrollo de políticas públicas, para atender necesidades y resolver problemas en materia de planeación y desarrollo urbano, demográfico, educativo, salud, trabajo, seguridad social, vivienda, entre otros.

Objetivos del núcleo de formación:

Proveerá al alumno de escenarios educativos para la integración, aplicación y desarrollo de los conocimientos, habilidades y actitudes que le permitan el desempeño de las funciones, tareas y resultados ligados a las dimensiones y ámbitos de intervención profesional o campos emergentes de la misma.

Comprenderá aprendizajes sobre métodos y técnicas especializadas, y capacidades para desarrollar la autonomía profesional y el desempeño aceptable en el campo laboral.



Consejo Académico
RESIDENCIA



Consejo Académico
SECRETARÍA



Objetivos del área curricular o disciplinaria:

Analizar las teorías, métodos, técnicas y procesos y modelos de gestión, para formular, implementar y evaluar decisiones estratégicas que permitan a las organizaciones públicas y privadas alcanzar sus objetivos y orientar su futuro.

Crear sistemas de gestión eficientes y eficaces, a través de tecnologías de información y comunicación, para la toma de decisiones en la venta y distribución de productos tangibles de la sociedad en red.

Analizar el proceso de mercadotecnia empleando métodos, técnicas y herramientas cualitativas y cuantitativas, para gestionar estratégicamente información en las organizaciones públicas y privadas que den solución a las necesidades y problemas de la sociedad en red.

V. Objetivos de la unidad de aprendizaje

Analizar la forma en que una organización se debe adaptar a su entorno y pueda competir con otras organizaciones, en un proceso continuo en el tiempo.

Distinguir las diferentes estrategias a partir de una reflexión metodológica sobre su formulación e implantación, para planificar, dirigir y evaluar la toma de decisiones en un contexto global.

VI. Contenidos de la unidad de aprendizaje y su organización.

Unidad 1. Introducción a la Dirección Estratégica.

Objetivo: Analizar los fundamentos de la Dirección Estratégica mediante un desarrollo estratégico de formulación e implementación de procesos que contribuyan al desarrollo colaborativo para reconocerla como el control y evaluación de ésta, de tal forma que sea elemento fundamental en la toma de decisiones y al cumplimiento de los objetivos organizacionales.

Temas:

- 1.1 Qué es la estrategia y sus características.
- 1.2 Niveles de estrategia.
- 1.3 El pensamiento estratégico.
- 1.4 El proceso administrativo estratégico.
- 1.5 Origen y evolución de la Dirección Estratégica.
- 1.6 Defición y objetivos de la Dirección Estratégica.
- 1.7 El proceso de la Dirección Estratégica.
- 1.8 La Dirección Estratégica en distintos contextos.





Unidad 2. Diagnóstico y Análisis Estratégico.

Objetivo: Analizar el Macroentorno y el Microentorno de la organización, identificando la creación de valor, la ventaja competitiva y la cadena de valor como herramientas del pensamiento estratégico para la búsqueda de mejores resultados y el cumplimiento de los objetivos organizacionales.

Temas:

- 2.1 Filosofía de la empresa: Misión, visión y valores.
- 2.2 La creación de valor.
- 2.3 Cadena de valor y ventaja competitiva.
- 2.4 Análisis Externo.
 - 2.4.1 Entorno General
 - 2.4.1.1 Análisis PESTEL.
 - 2.4.2 Entorno específico:
 - 2.4.2.1 Las cinco fuerzas de Porter
 - 2.4.2.2 Análisis del Entorno.
 - 2.4.2.3 Análisis del Sector.
 - 2.4.2.4 Análisis de la Competencia.
 - 2.4.2.5 Análisis del Cliente.
- 2.5 Análisis interno:
 - 2.5.1 Análisis del direccionamiento estratégico.
 - 2.5.2 Análisis de la Estructura organizacional.
 - 2.5.6 Análisis por áreas.
- 2.6 La Capacidad Estratégica: Análisis de Recursos y Capacidades.
 - 2.6.1 Capacidades umbral.
 - 2.6.2 Recursos únicos y competencias nucleares.
- 2.7 Factores que determinan los objetivos de la organización (stakeholders).





Unidad 3. Elección e implementación de la estrategia.

Objetivo: Evaluar el desarrollo y objetivos de la empresa a través de la selección e implementación de técnicas y criterios para la implementación de un diseño estratégico que permita la implementación de modelos de cambio.

Temas:

- 3.1 Técnicas para el Diseño Estratégico.
 - 3.1.1 Etapa de Insumos: EFE, EFI, MPC.
 - 3.1.2 Etapa de Adecuación: DAFO, PEYEA, BCG, IE, MGE.
 - 3.1.3 Etapa de Decisión: MCPE.
- 3.2 Tipos de estrategias.
 - 3.2.1 Estrategias Funcionales.
 - 3.2.2 Estrategias de la Unidad de Negocios.
 - 3.3.3 Estrategias Corporativas.
 - 3.3.4 Estrategias Internacionales.
- 3.3 Criterios y sistemas de selección de estrategias.
- 3.4 Evaluación de la estrategia para su implantación.
- 3.5 Modelos de Gestión de Cambio.
- 3.6 Proceso de implementación de la estrategia.
 - 3.6.1 Administración y operaciones.
 - 3.6.2 Marketing, finanzas/contabilidad, investigación y desarrollo y sistemas de información gerencial.
- 3.7 Revisión, Evaluación y Control de Estrategias.
- 3.8 La Ética de Negocios.
- 3.9 La Responsabilidad Social Estratégica.
- 3.10 Nuevas tendencias en la Dirección Estratégica.





VII. Acervo bibliográfico.

Básico:

David, F. (2013). *Conceptos de Administración Estratégica*. México: Ed. Pearson Educación de México.

Del Prado, Luis. (1998). *Dirección estratégica*. Argentina: fundacion OSDE.

Garrido, S. (2003). *Dirección Estratégica*. España: Ed. Mc. Graw Hill.

Jhonson, Scholes. (2000). *Dirección Estratégica*. México: Ed. Mc. Graw Hill.

Jiménez Quintero, José Antonio. (2017). *Dirección estratégica. Diseño e implementación de estrategias*. España: Pirámide.

Rivas Tovar, Luis Antonio. (2016). *Dirección estratégica. Proceso de la organización en el siglo XXI*. México: Trillas.

Complementario:

Guerras Matín, Luis A., y Navas López, José E. (2014). *Casos de Dirección Estratégica de la Empresa*. España: Thomson Reuters.

Harrison, Jeffrey S. y St. John, Caron H. (2002). *Fundamentos de la dirección estratégica*. España: Paraninfo.

Porter, M. (2015). *Estrategia Competitiva: Técnicas para el análisis de los sectores industriales y de la competencia*. México: Grupo Editorial Patria.

Thompson, Peteraf, M., A., Gamble, J., Strickland, A.J. (2012). *Administración Estratégica*. México: McGraw-Hill.





Proyecto curricular de la Licenciatura en Gestión de la Información en Redes Sociales (2017)
Secretaría de Docencia • Dirección de Estudios Profesionales



DISTRIBUCIÓN DE LAS UNIDADES DE APRENDIZAJE OPTATIVAS

	PERIODO 1	PERIODO 2	PERIODO 3	PERIODO 4	PERIODO 5	PERIODO 6	PERIODO 7	PERIODO 8	PERIODO 9
Psicología de la publicidad						4	4	4	
Psicología de la publicidad						4	4	4	
Psicología del color						4	4	4	
Diseño editorial						4	4	4	
México: alfabetización digital						4	4	4	
Antropología visual						4	4	4	
Marketing digital						4	4	4	
Sociodemografía						4	4	4	
Web 2.0						4	4	4	
Algoritmos de redes sociales						4	4	4	
Branding						4	4	4	
Teoría de la comunicación						4	4	4	
Sociología						4	4	4	
Web 2.0						4	4	4	

PARÁMETROS DEL PLAN DE ESTUDIOS

SIMBOLOGÍA

HT: Horas Teóricas
HP: Horas Prácticas
TH: Total de Horas
CR: Créditos

Núcleo Básico Obligatorio	48
Núcleo Básico Obligatorio	20
Núcleo Básico Obligatorio	68
Núcleo Básico Obligatorio	116

Total del Núcleo Básico	acreditar 16 UA para cubrir 116 créditos
-------------------------	--

Núcleo Sustantivo Obligatorio	48
Núcleo Sustantivo Obligatorio	43
Núcleo Sustantivo Obligatorio	91
Núcleo Sustantivo Obligatorio	139

Total del Núcleo Sustantivo	acreditar 22 UA para cubrir 139 créditos
-----------------------------	--

Obligatorio Núcleo Básico	
Obligatorio Núcleo Sustantivo	
Obligatorio Núcleo Integral	
Optativo Núcleo Integral	

Núcleo Integral Obligatorio	12
Núcleo Integral Obligatorio	57
Núcleo Integral Obligatorio	69
Núcleo Integral Obligatorio	111

Total del Núcleo Integral	acreditar 15 UA + 2* UA para cubrir 126 créditos
---------------------------	--

TOTAL DEL PLAN DE ESTUDIOS

UA Obligatorias	60 + 2 Actividades académicas
UA Optativas	3
UA a acreditar	63 + 2 Actividades académicas
Créditos	381

