

Universidad Autónoma del Estado de México
Facultad de Ciencias Políticas y Sociales
Licenciatura en Gestión de la Información en Redes Sociales,
2017



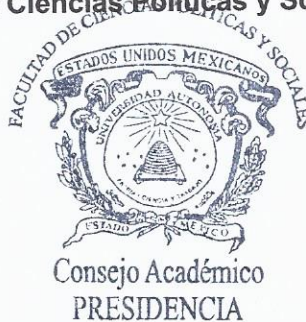
Programa de estudio de la unidad de aprendizaje:

Toma de decisiones estratégicas

Elaboró: Mtra. Irma Gabriela Barreto Estévez
Mtro. Marcos Ignacio Quiroz Santín

Fecha de aprobación: H. Consejo Académico Acta 729 28 de enero 2021
H. Consejo de Gobierno Acta 811 29 de enero 2021

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.	5
V. Objetivos de la unidad de aprendizaje.	7
VI. Contenidos de la unidad de aprendizaje y su organización.	7
VII. Acervo bibliográfico.	9
VIII. Mapa curricular.	10





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

Toma de decisiones estratégicas

Clave

LGS042

Carga académica

0

4

4

4

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



Consejo Académico
RESIDENCIA

Consejo Académico
SECRETARÍA



II. Presentación del programa de estudios

La toma de decisiones es un proceso continuo y fundamental que se presenta a manera recurrente en la vida de los seres humanos, cotidianamente estamos expuestos para llevar a cabo una elección entre las diversas opciones que se nos presentan.

El término toma de decisiones estratégicas se ha venido acuñando desde hace algunos años, cuando los gerentes y ejecutivos notaron la relevancia de las estrategias para las organizaciones analizando, seleccionando y evaluando las diversas alternativas o cursos de acción con las que cuentan para alcanzar sus objetivos.

Para las organizaciones la toma de decisiones estratégicas es un proceso vital que permitirá tomar acciones que no solo reduzcan riesgo y favorezcan el actuar de las organizaciones, sino que permitan la optimización de los procesos empresariales y puedan ubicar a la organización en un nivel óptimo y de ventaja dentro de su ámbito de acción.

El presente programa de estudios de la Unidad de Aprendizaje Toma de Decisiones Estratégica consta de cuatro unidades temáticas, a través de las cuales el estudiante de la Licenciatura en Gestión de la Información en Redes Sociales, conocerá y profundizará en el conocimiento de la teoría y la aplicación de modelos que le permitan generar herramientas necesarias para realizar una acertada y valiosa toma de decisiones en su vida profesional.

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



Consejo Académico
PRESIDENCIA



Consejo Académico
SECRETARÍA



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.





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

Seleccionar los modelos en la toma de decisiones estratégicas adecuadas para proponer proyectos y cursos de acción de mejora continua que guíen a las organizaciones a alcanzar sus objetivos.

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

UNIDAD 1: Introducción a la toma de decisiones

Objetivo: Analizar la definición de toma de decisiones estratégicas, a través de sus antecedentes para entender la importancia que representa en las organizaciones.

Temas:

- 1.1. Antecedentes
- 1.2. Definición de toma de decisiones estratégicas.
- 1.3. Importancia de la toma de decisiones estratégicas en las organizaciones.
- 1.4. Características de las decisiones estratégicas.





Unidad 2. El proceso estratégico de toma de decisiones.

Objetivo: Analizar los diferentes tipos de decisiones mediante el modelo estratégico, para conocer los beneficios de la información al realizar la toma de decisiones.

Temas:

- 2.1. Tipos de decisiones.
- 2.2. Modelo de toma de decisiones estratégicas.
- 2.3. El círculo de las decisiones estratégicas.
- 2.4. Beneficios de la toma de decisiones estratégicas.
- 2.5. Importancia de la información para realizar la toma de decisiones.

Unidad 3. Técnicas en la toma de decisiones.

Objetivo: Analizar los dos tipos de técnicas en la toma de decisiones, a través de lo cuantitativo y cualitativo para determinar la mejor aplicación en las organizaciones.

Temas:

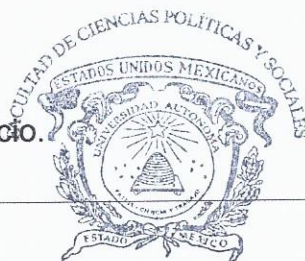
- 3.1 Técnicas Cuantitativas.
- 3.2. Técnicas Cualitativas.

Unidad 4. Modelos de toma de decisiones estratégicas.

Objetivo: Analizar los modelos más empleados en la toma de decisiones estratégicas, mediante un reconocimiento de diversas propuestas para fortalecer las decisiones de la organización.

Temas:

- 4.1. Matrices de decisión estratégica.
- 4.2. Modelo de Tres Dimensiones de Abell.
- 4.3. Modelo del Círculo de Oro.
- 4.4. Cartera de McKinsey
- 4.5. Estrategia del océano azul
- 4.6. Cinco fuerzas de Porter.
- 4.7. Taxonomía de alianzas.
- 4.8. Lienzo del modelo de negocio.





VII. Acervo bibliográfico.

Básico:

Álvarez, José Luis. (2009). *Decisiones estratégicas*. España: LID.

Amaya Amaya, Jairo. (2015). *Toma de decisiones Gerenciales. Métodos cuantitativos para la administración*. Colombia: ECOE.

Huber G. (2013). *Toma de Decisiones en la Gerencia*. México: Trillas.

Planellas & Muni. (2015). *Las decisiones estratégicas: Los 30 modelos más útiles*. España: Conecta.

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

Laudon, K. y Laudon, J. (2004). *Sistemas de información gerencial*. México: Pearson education.

Escorsa, P. y Maspons, R. (2001). *De la vigilancia tecnológica a la inteligencia competitiva*. España: Pearson education.

Complementario:

Hill & Schilling & Jones. (2019). *Administración Estratégica, Teoría y Casos. Un enfoque integral*. México: Cengage.

Thompson & Janes & Sutton. (2018). *Administración Estratégica, Teoría y Casos*. México: Mc Graw Hill.

Argyris, C. (1999). *Conocimiento para la acción*. Barcelona, España; Granica.

Davenport, T. U. y L. P. (2001). *Conocimiento en acción: cómo las organizaciones manejan lo que saben*. Argentina: Pearson education.





Proyecto curricular de la Licenciatura en Gestión de la Información en Redes Sociales (2017)

Secretaría de Docencia • Dirección de Estudios Profesionales



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							3	3	
Psicología del color							4	4	
Diseño vectorial							4	4	
Marcos audiovisuales							3	3	
Antropología visual							3	3	
Alanzas estratégicas								3	3
Estrategias de promoción								4	4
Branding								4	4
Técnicas de negociación								3	3
Sociolingüística								2	2
Videografía								3	3

SIMBOLOGÍA		PARÁMETROS DEL PLAN DE ESTUDIOS	
HT: Horas Teóricas	48	Total del Núcleo Básico: acreditar 16 UA para cubrir 116 créditos	TOTAL DEL PLAN DE ESTUDIOS UA Obligatorias 50 + 2 Actividades académicas UA Optativas 3 UA a acreditar 53 + 2 Actividades académicas Créditos 381
HP: Horas Prácticas	20	Total del Núcleo Sustantivo: acreditar 22 UA para cubrir 139 créditos	
TH: Total de Horas cursar y acreditar	168	Total del Núcleo Integral: acreditar 15 UA + 2- Optativo cursar y acreditar 3 UA para cubrir 126 créditos	
CR: Créditos	116		

*Actividades académicas
 **Las horas de la actividad académica. Créditos a cursar por periodo escolar. Mínimo 21 y máximo 48.
 † 13 líneas de selección
 ‡ 8 UA que debe impartirse, cursarse y acreditarse en la modalidad educativa escolarizada.

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

