

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:

Plan estratégico *online*

Elaboró: Dra. Claudia Rodas Aguilar
M. en Com. Alejandro Cuadros Medina

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

Plan estratégico online

Clave

LGS034

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

Formación común





II. Presentación del programa de estudios

El presente programa proporcionará a los estudiantes de la Licenciatura en Gestión de Redes Sociales elementos que les ayuden a generar herramientas adecuadas para el desarrollo de planes estratégicos *online*, con la finalidad de coadyuvar en el buen funcionamiento de una institución.

La Unidad de Aprendizaje Plan Estratégico *Online* contiene cuatro unidades temáticas, en la primera se estudiarán los principales conceptos y su importancia, así como su ubicación dentro de una organización; en la unidad dos, se presentan los tipos de planeación y sus características, lo que le permite al estudiante formarse bases teóricas para desarrollar un plan estratégico que sea apto para enfrentar contingencias dentro de la organización; en la Unidad tres se analiza la planeación estratégica con la cuenta una organización, iniciando por conocer en donde se encuentra situada, a través de su misión, visión y sus valores estratégicos, lo cual permitirá generar indicadores que ayuden en la creación de matrices de diagnóstico. Por último, la unidad cuatro, a través de la comunicación y la evaluación del plan estratégico pretende analizar la situación actual de una organización que a su vez le permita generar elementos integrales para poner en operación una planeación estratégica en organizaciones *online*.

La planeación estratégica *online* contribuye a la formación profesional del estudiante y le aporta conocimientos y herramientas que le apoyaran en el desarrollo laboral, esta Unidad de Aprendizaje permitirá que apliquen una visión completa de la planeación estratégica, área importante en el desarrollo profesional de esta Licenciatura.

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.

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 los elementos estratégicos antecedentes, presentes y deseados mediante el análisis de estrategias y tácticas, para crear ventajas competitivas *online* en las organizaciones públicas y privadas.

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

Unidad 1. Introducción e importancia de la planeación estratégica.

Objetivo: Analizar los antecedentes y conceptos de la planeación estratégica, mediante las variables de sus distintas fases para ubicar la planeación estratégica *online*.

Temas:

- 1.1. Conceptos e importancia de la Planeación Estratégica.
- 1.2. Relación entre el proceso de planeación y la estrategia.
- 1.3. Variables imprescindibles en las diferentes fases del plan estratégico.
- 1.4. ¿Dónde se ubica la planeación estratégica en la organización?
- 1.5. Por qué un plan estratégico *online* o digital.





Unidad 2. Metodología de la planeación estratégica *online*.

Objetivo: Analizar las características de la planeación estratégica online mediante los diferentes fundamentos que la integran, para ordenar recursos que coadyuven a enfrentar contingencias.

Temas:

- 2.1. Tipos de planeación y sus características: Estratégica, táctica y operativa.
- 2.2. Fundamentos para la planeación estratégica.
- 2.3. El *Framework Planner*: definición y premisas.
- 2.4. Movilización de recursos en la organización para enfrentar contingencias futuras.

Unidad 3. Análisis de la planeación estratégica.

Objetivo: Analizar la situación institucionales, a través de su Misión, visión, valores estratégicos, para implementar una matriz metodológica de diagnóstico.

Temas:

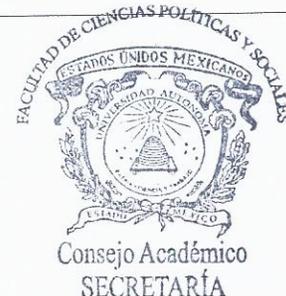
- 3.1. Dónde estamos, dónde queremos llegar: Misión, visión, valores estratégicos.
- 3.2. Entorno laboral orientado a resultados a través de objetivos, indicadores y acciones.
- 3.3. Diagnóstico bajo la metodología del Análisis FODA
- 3.4. Implementación de la matriz CAME (Corregir, Afrontar, Mantener, Explorar).

Unidad 4. Comunicación y evaluación del plan estratégico

Objetivo: Analizar la situación actual de la organización, mediante técnicas de comunicación estratégica, para implementar un modelo de evaluación del plan estratégico.

Temas:

- 4.1. Análisis de la situación actual y del entorno.
- 4.2. Clarificación y comunicación estratégica.
- 4.3. Elementos principales del Cuadro de Mando Integral (CMI) o *Balanced Scorecard* (BSC)
- 4.4. El modelo de CMI o BSC y su relación con la Planeación Estratégica





VII. Acervo bibliográfico.

Básico:

Sainz de Vicuña, Ancín. (2003). *El plan estratégico en la práctica*. Madrid, España: ESIC.

Dess y Lumpkin. (2003). *Dirección estratégica*. España: Mc Graw Hill.

Gimbert, Xavier. (2003). *El enfoque estratégico de la empresa*. España: Deusto.

Grant, R.M. (2001). *Dirección estratégica*. Madrid, España: Civitas.

Altair. (2015). *La elaboración del plan estratégico*. España: Altair.

Chiavenato, I.; Sapiro, A. (2011). *Planeación estratégica, fundamentos y aplicación*. México: McGraw Hill

Hitt, M.; Ireland, D.; Hoskisson, R. (2008). *Administración estratégica, competitividad y globalización: conceptos y casos*. México: International Thomson Editores.

Magretta, J. (2013). *Para entender a Michael Porter: guía esencial hacia la estrategia y la competencia*. México: Grupo Editorial Patria

Porter, M. (2009). *Ser competitivo*. Madrid, España: Deusto.

Lerma y Kirchner, Alejandro y Bárcena, S. (2012). *Planeación Estratégica Por Áreas Funcionales. Guía Práctica*. México: Alfaomega.

Complementario:

Covey, R.S. (1997). *Los siete hábitos de la gente altamente efectiva*. Barcelona: Paidós.

Johnson, G.; Scholes, K.; Whittington, R. (2006). *Dirección estratégica*. Madrid, España: Pearson educación.

Serna Gómez, Humberto. (2007). *Planeación y Gestión Estratégica*. Colombia: Fondo Editorial Legis.

Porter, M. (1996). *Ventaja competitiva. Creación y sostenimiento de un desempeño superior*. México: Compañía Editorial Continental S.A. de C.V.





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 | 1 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 |
| Avances empíricos | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 |
| Prácticas de color | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 |
| Estrategias de atomización | 2 | 2 | 2 | 2 | 2 | 2 | 2 | 2 | 2 |
| Diseño visual | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 |
| Branding | 2 | 2 | 2 | 2 | 2 | 2 | 2 | 2 | 2 |
| Medios audiovisuales | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 |
| Técnicas de investigación | 2 | 2 | 2 | 2 | 2 | 2 | 2 | 2 | 2 |
| Antropología social | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 |
| Sociología | 2 | 2 | 2 | 2 | 2 | 2 | 2 | 2 | 2 |
| Web design | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 |

SIMBOLOGIA

| | |
|---------------------|-----|
| HT: Horas Teóricas | 48 |
| HP: Horas Prácticas | 20 |
| Th: Total de Horas | 68 |
| CR: Créditos | 116 |

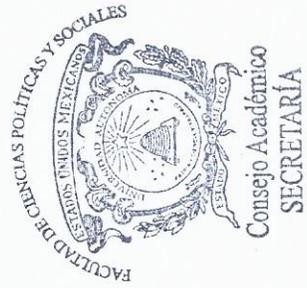
*Actividades académicas
 **Las horas de la actividad académica.
 Créditos a cursar por periodo escolar: Mínimo 21 y máximo 48
 13 líneas de selección →
 e UA que debe impartirse, cursarse y acreditarse en la modalidad educativa escolarizada.

| | |
|---|-------------------------------|
| ■ | Obligatorio Núcleo Básico |
| ■ | Obligatorio Núcleo Sustentivo |
| ■ | Obligatorio Núcleo Integral |
| ■ | Optativo Núcleo Integral |

PARAMETROS DEL PLAN DE ESTUDIOS

| | | |
|-------------------------------------|-----|--|
| Núcleo Básico | 48 | Total del Núcleo Básico: acreditar 16 UA para cubrir 116 créditos |
| Núcleo Sustentivo | 43 | Total del Núcleo Sustentivo: acreditar 22 UA para cubrir 139 créditos |
| Núcleo Integral | 17 | Total del Núcleo Integral: acreditar 15 UA + 2* para cubrir 126 créditos |
| Obligatorio curso y acreditar 22 UA | 91 | |
| Obligatorio curso y acreditar 9 UA | 312 | |
| Optativo curso y acreditar 9 UA | 315 | |
| Obligatorio curso y acreditar 2 UA | 116 | |
| Optativo curso y acreditar 2 UA | 119 | |

| | |
|----------------------------|-------------------------------|
| TOTAL DEL PLAN DE ESTUDIOS | |
| UA Obligatorias | 50 + 2 Actividades académicas |
| UA Optativas | 3 |
| UA a acreditar | 53 + 2 Actividades académicas |
| Créditos | 381 |



Consejo Académico SECRETARÍA

Consejo Académico PRESIDENCIA