

# UNIVERSIDAD AUTÓNOMA DE BAJA CALIFORNIA

## COORDINACIÓN GENERAL DE FORMACIÓN PROFESIONAL

### PROGRAMA DE UNIDAD DE APRENDIZAJE

#### I. DATOS DE IDENTIFICACIÓN

- 1. Unidad Académica:** Facultad de Ciencias Administrativas, Mexicali; Facultad de Contaduría y Administración, Tijuana.
- 2. Programa Educativo:** Licenciado en Negocios Internacionales
- 3. Plan de Estudios:** 2022-2
- 4. Nombre de la Unidad de Aprendizaje:** Seminario de Estrategia de Negocios
- 5. Clave:** 41531
- 6. HC:** 01 **HT:** 02 **HL:** 00 **HPC:** 00 **HCL:** 00 **HE:** 01 **CR:** 04
- 7. Etapa de Formación a la que Pertenece:** Terminal
- 8. Carácter de la Unidad de Aprendizaje:** Obligatoria
- 9. Requisitos para Cursar la Unidad de Aprendizaje:** Ninguno



#### Equipo de diseño de PUA

Juan Benito Vela Reyna  
Manuel Alejandro Ibarra Cisneros  
Rocío Villalón Cañas

#### Vo.Bo. de subdirectores de las Unidades Académicas

Adelaida Figueroa Villanueva  
Esperanza Manrique Rojas

**Fecha:** 14 de abril de 2021

## **II. PROPÓSITO DE LA UNIDAD DE APRENDIZAJE**

Esta unidad de aprendizaje Seminario de Estrategia de Negocios tiene por objetivo que el estudiante diseñe una estrategia de negocios específica para una organización con el propósito de buscar la competitividad y éxito de las organizaciones. La unidad de aprendizaje de Seminario de Estrategia de Negocios pertenece a la etapa terminal del carácter obligatoria, de la carrera de licenciados en Negocios Internacionales, y pertenece al área de conocimiento de administración. No cuenta con ningún requisito previo para ser cursada.

## **III. COMPETENCIA GENERAL DE LA UNIDAD DE APRENDIZAJE**

Aplicar los conocimientos como estrategia comercial, mediante el análisis del entorno y selección de estrategias, para la implementación de un modelo de negocio, de una manera socialmente responsable

## **IV. EVIDENCIA(S) DE APRENDIZAJE**

Un plan estratégico que permita la implementación de un modelo de negocio, interpretando los resultados del análisis del entorno y diseñando estrategias de penetración y diferenciación.

**V. DESARROLLO POR UNIDADES**  
**UNIDAD I. Definición de la estrategia**

**Competencia:**

Aplicar la identidad organizacional de la empresa, a partir del diseño y planeación de una misión y visión, para lograr definir y establecer estrategias que permitan alcanzar la competitividad en los mercados de una manera honesta y responsable

**Contenido:**

- 1.1 Descripción de la empresa
- 1.2. Definición objetivos
- 1.3 Planeación del estudio
- 1.4 Misión y Visión
- 1.5 Metas, valores y filosofía

**Duración:** 3 horas

## UNIDAD II. Análisis interno y externo

### **Competencia:**

Desarrollar los análisis del entorno, mediante uso de matrices FODA y Stakeholders, para determinar la oportunidad de negocio del ente con iniciativa y tenacidad

### **Contenido:**

**Duración:** 4 horas

2.1. Análisis ambiental.

2.1.1 Detección de subvariables

2.2. El análisis del enfoque de Porter.

2.3. Análisis interno.

2.3.1. Determinación de variables internas.

2.3.1. Conformación de Análisis FODA.

2.3.2 Conformación de Análisis de Stakeholders

## UNIDAD III. Mercado

### **Competencia:**

Interpretar las condiciones y comportamiento del mercado, mediante el análisis de las tendencias sociales que marcan las necesidades de los consumidores, para diseñar estrategias que permitan alcanzar las ventas de los productos y servicios de una manera creativa y responsable.

### **Contenido:**

**Duración:** 3 horas

- 3.1 Determinación del ciclo de vida y fijación de efectos en el consumo.
- 3.2 Valoración de tendencias Sociales
- 3.3 Descripción de hábitos de Consumo
- 3.4 Diseño de procesos psicológicos del consumidor
- 3.7 Proceso de Toma de decisión de Compra
  - 3.7.1 Decisiones Emocionales, Intuitivas y de Instinto
  - 3.7.2 Evaluación del Producto
  - 3.7.3 Decisión de Compra
  - 3.7.4 Proceso Postcompra

## UNIDAD IV. Presentación del modelo de negocio

### **Competencia:**

Diseñar el modelo de negocio, mediante un análisis comparativo que permita distinguir las oportunidades del mercado y las necesidades de los clientes, para definir segmentos, estrategias de reparto y ventajas competitivas, de una manera objetiva, crítica y prudente.

### **Contenido:**

- 4.1 Formulación del modelo
- 4.2 Diferenciación con los productos del mercado
- 4.3 Delimitación de las necesidades del cliente
- 4.4 Definición del canal de distribución.
- 4.5 Análisis competitivo.

**Duración:** 3 horas

## UNIDAD V. Tipos de Estrategias

**Competencia:**

Desarrollar una propuesta de ventas, mediante la selección de estrategias de comercialización de productos o servicios, para establecer controles que permitan ingresar a los mercados de una manera competitiva con creatividad, compromiso y liderazgo.

**Contenido:**

- 5.1 Selección de estrategias para ingresar al mercado
- 5.2 Elección de estrategias de comunicación.
- 5.3 Implementación del modelo de negocio
- 5.4 Estrategias de control acorde al modelo de negocio.

**Duración:** 3 horas

## VI. ESTRUCTURA DE LAS PRÁCTICAS DE TALLER

No.	Nombre de la Práctica	Procedimiento	Recursos de Apoyo	Duración
<b>UNIDAD I</b>				
1	Definición de estrategias	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Atiende las orientaciones del profesor para aplicar la identidad organizacional de la empresa.</li> <li>2. Diseña la propuesta de caso práctico ficticio o real.</li> <li>3. Diseño y planeación de una misión y visión.</li> <li>4. Analiza la información recabada</li> <li>5. Define y establece estrategias que permitan alcanzar la competitividad en los mercados.</li> <li>6. Escribe el reporte en un documento de texto y lo entrega al docente.</li> </ol>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Computadora.</li> <li>• Internet.</li> <li>• Recursos bibliográficos (libros, revistas, capítulos de libros, artículos, manuales, etc.).</li> <li>• Estudio de caso.</li> </ul>	6 horas
<b>UNIDAD II</b>				
2	Análisis interno y externo	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Atiende las orientaciones del profesor para desarrollar los análisis del entorno.</li> <li>2. Diseña la propuesta de caso práctico ficticio o real.</li> <li>3. Uso de matrices FODA y Stakeholders.</li> <li>4. Analiza la información recabada.</li> <li>5. Determina la oportunidad de negocio del ente.</li> <li>6. Escribe el reporte en un documento de texto y lo</li> </ol>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Computadora.</li> <li>• Internet.</li> <li>• Recursos bibliográficos (libros, revistas, capítulos de libros, artículos, manuales, etc.).</li> <li>• Estudio de caso.</li> </ul>	7 horas



		entrega al docente.		
<b>UNIDAD III</b>				
3	Mercado	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Atiende las orientaciones del profesor para Interpretar las condiciones y comportamiento del mercado.</li> <li>2. Diseña la propuesta de caso práctico ficticio o real.</li> <li>3. Analiza las tendencias sociales que marcan las necesidades de los consumidores.</li> <li>4. Analiza la información recabada.</li> <li>5. Diseña estrategias que permitan alcanzar las ventas de productos y servicios.</li> <li>6. Escribe el reporte en un documento de texto y lo entrega al docente.</li> </ol>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Computadora.</li> <li>• Internet.</li> <li>• Recursos bibliográficos (libros, revistas, capítulos de libros, artículos, manuales, etc.).</li> <li>• Estudio de caso.</li> </ul>	7 horas
<b>UNIDAD IV</b>				
4	Presentación del modelo de negocio	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Atiende las orientaciones del profesor para diseñar el modelo de negocio.</li> <li>2. Diseña la propuesta de caso práctico ficticio o real.</li> <li>3. Realiza un análisis comparativo que permite distinguir las oportunidades del mercado y las necesidades de los clientes.</li> <li>4. Analiza la información recabada.</li> <li>5. Define segmentos,</li> </ol>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Computadora.</li> <li>• Internet.</li> <li>• Recursos bibliográficos (libros, revistas, capítulos de libros, artículos, manuales, etc.).</li> <li>• Estudio de caso</li> </ul>	7 horas

		<p>estrategias de reparto y ventajas competitivas.</p> <p>6. Escribe el reporte en un documento de texto y lo entrega al docente.</p>		
<b>UNIDAD V</b>				
5	Plan Estratégico de Negocios	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Atiende las orientaciones del profesor para elaborar un Plan Estratégico de Negocios.</li> <li>2. Diseña la propuesta de caso práctico ficticio o real.</li> <li>3. Implementa un modelo de negocio, interpretando los resultados del análisis del entorno y diseña estrategias de penetración y diferenciación.</li> <li>4. Analiza la información recabada.</li> <li>5. Prepara la información para su presentación en clase.</li> <li>6. Escribe el reporte en un documento de texto y lo entrega al docente.</li> </ol>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Computadora.</li> <li>• Internet.</li> <li>• Recursos bibliográficos (libros, revistas, capítulos de libros, artículos, manuales, etc.).</li> </ul>	5 horas

## VII. MÉTODO DE TRABAJO

**Encuadre:** El primer día de clase el docente debe establecer la forma de trabajo, criterios de evaluación, calidad de los trabajos académicos, derechos y obligaciones docente-alumno.

### **Estrategia de enseñanza (docente):**

- Presenta información sobre los conceptos básicos de análisis de precio
- Presenta ejercicios prácticos relacionados con las temáticas
- Proporciona información para las prácticas de taller
- Resuelve y ejemplifica con casos prácticos
- Dirige, supervisa y retroalimenta las prácticas de taller
- Propicia la participación activa de los estudiantes
- Revisa y evalúa reportes de prácticas y actividades
- Diseña y aplica evaluaciones

### **Estrategia de aprendizaje (alumno):**

- Indaga y analiza información sobre conceptos básicos
- Resuelve ejercicios prácticos proporcionados por el profesor
- Realiza las prácticas de taller
- Participa activamente en clase
- Elabora y entrega reportes de prácticas
- Trabaja de manera individual y en equipo
- Elabora y entrega actividades y prácticas en tiempo y forma

## VIII. CRITERIOS DE EVALUACIÓN

La evaluación será llevada a cabo de forma permanente durante el desarrollo de la unidad de aprendizaje de la siguiente manera:

### **Criterios de acreditación**

- Para tener derecho a examen ordinario y extraordinario, el estudiante debe cumplir con los porcentajes de asistencia que establece el Estatuto Escolar vigente.
- Calificación en escala del 0 al 100, con un mínimo aprobatorio de 60.

### **Criterios de evaluación**

-Evaluaciones parciales.....	50%
-Actividades extraclase.....	10%
-Actividades en clase.....	10%
-Plan estratégico...(evidencia).....	30%
<b>Total.....</b>	<b>100%</b>

## IX. REFERENCIAS

Básicas	Complementarias
<p>Ferrell, O.C. &amp; Hartline, M. (2017). <i>Estrategia de Marketing</i>. (6ª ed.). Cengage Learning</p> <p>Hitt, M. A., Ireland, R. D., Hoskisson, R. E., Sacristan, P. M., &amp; Moreno, M. P. S. (2015). <i>Administración Estratégica: Competitividad y globalización: Conceptos y casos</i>. Cengage Learning. [clásica]</p> <p>O'Guinn, T., Allen, C., &amp; Semenik, R.J. (2013). <i>Publicidad y Promoción Integral de Marca</i>. (6ª ed.). Cengage Learning. [clásica]</p> <p>Villanueva, J. &amp; Del Toro, J.M. (coords.) (2017). <i>Marketing Estratégico</i>. EUNSA - IESE BusinessSchool</p>	<p>Burbano, R. J. E. (2011). <i>Presupuestos: Un enfoque de direccionamiento estratégico, gestión, y control de recursos</i>. (4ª ed.). ProQuest Ebook Central <a href="https://libcon.rec.uabc.mx:4431">https://libcon.rec.uabc.mx:4431</a> [clásica]</p> <p>Koontz, H., &amp; Wehrich, H. (2013). <i>Elementos de administración: Un enfoque internacional y de innovación</i>. (8ª ed.). ProQuest Ebook Central <a href="https://libcon.rec.uabc.mx:4431">https://libcon.rec.uabc.mx:4431</a> [clásica]</p> <p>Koontz, H., Wehrich, H., &amp; Cannice, M. (2012). <i>Administración: Una perspectiva global y empresarial</i>. (14ª ed.). ProQuest Ebook Central <a href="https://libcon.rec.uabc.mx:4431">https://libcon.rec.uabc.mx:4431</a>. [clásica]</p> <p>Snoussi, J., Ben Elghali, S., Benbouzid, M., &amp; Mimouni, M. F. (2018). Auto-adaptive filtering-based energy management strategy for fuel cell hybrid electric vehicles. <i>Energies</i>, 11(8), 2118.</p>

## **X. PERFIL DEL DOCENTE**

El docente que imparta la unidad de aprendizaje de Seminario de Estrategia de Negocios debe contar con título de licenciatura en Negocios Internacionales, administración o área afín y preferentemente con estudios de posgrado, con dos años de experiencia laboral y en docencia. Ser proactivo con pensamiento crítico, inteligencia emocional, responsable, organizado, facilitador, empático y flexible.