



Universidad Autónoma Chapingo
Subdirección de Planes y Programas de Estudio



Programa de asignatura

Planeación Estratégica

bajo el enfoque por competencias.

viernes, 11 de julio de 2014



I. Datos Generales de la Asignatura

Unidad Académica		Programa Educativo		Área Académica			Año - Semestre	
División de Ciencias Económico Administrativas (DICEA)		Licenciatura en Comercio Internacional (LCI) y Licenciatura en Administración y Negocios (LAN)		Administración y Contabilidad			6° año- Segundo Semestre.	
Clave	Denominación de la Asignatura			Fecha de Elaboración	Fecha de Aprobación	Fecha de Revisión		
	Planeación Estratégica			Junio, 2014				
Área de conocimiento		Administración y Contabilidad						
Responsable del Programa:								
Distribución de horas formativas								
Horas Semanales				Horas Semestrales			Créditos Totales	
Teoría	Práctica	Viaje de Estudios	Trabajo independiente	Teoría	Práctica	Totales		
3.0	1.5	0.0	2.25	48	24	72		6.75
Nivel		Carácter		Tipo		Modalidad		
Medio Superior		()	Obligatoria	(X)	Teórico	()	Presencial	(X)
Licenciatura		(X)	Optativa	()	Práctico	()	Mixto	()
Posgrado		()	Electiva	()	Teórico-Práctico	(X)	En Línea	()
Contextualización de la asignatura (módulo, disciplina, unidades de competencia):								



Planeación Estratégica, entendida como el proceso a través del cual se desarrollan e implementan una serie de actividades y tareas que permiten alcanzar las metas establecidas, la planeación estratégica encuentra una de sus principales aplicaciones en el campo de los negocios a través de las actividades financiera, de recursos humanos, de organización, de tecnología de la información y marketing entre otros. Así, al planear de manera estratégica se pueden identificar las deficiencias de la organización y se fijan objetivos claros que permitan alcanzar la meta deseada, generar conexiones entre el entorno y los recursos con que se cuenta tanto de manera propia como de aquellos que poseen los competidores; debe ser factible y apropiada, única y sostenible en el tiempo además de dinámica, flexible y capaz de adaptarse a las situaciones cambiantes.

Por ello, el abordaje que hace esta asignatura con relación al resto de los contenidos a partir del aprendizaje basado en la solución de problemas y el aprendizaje constructivo facilita la formación de competencias en los estudiantes de la DICEA pues la asignatura se ubica en el sexto año segundo semestre de la Licenciatura en Comercio Internacional y Licenciatura en Administración y Negocios y pertenece al Área de conocimiento de Administración y Contabilidad. Planeación Estratégica, tiene relación horizontal en el mapa curricular de LCI, con Diseño y Evaluación de Planes de Negocios Internacional y Promoción Internacional y a su vez de manera vertical con Mercadotecnia e Imagen Corporativa, Investigación de mercados, Mercadotecnia Internacional, Liderazgo y Desarrollo de Habilidades Directivas; así como las asignaturas de la orientación de Agro Negocios y Negocios Internacionales, tales como: Dirección de Marketing y Alta Dirección.



Universidad Autónoma Chapingo

División de Ciencias Económico Administrativas



Para la Licenciatura en Administración y Negocios, la relación horizontal es con Diseño de Planes de Mercadotecnia y Práctica Preprofesional V: Habilidades Directivas. Y de manera vertical con Diagnóstico Organizacional, Mercadotecnia e Imagen Corporativa, Investigación de Mercados, Desarrollo Organizacional, Diseño de Planes de Negocios y Creación y Desarrollo de Empresas, así como las materias de la orientación de Mercadotecnia, siendo estas: Investigación de Mercados II, Diseño de Nuevos Productos, Promoción y Publicidad, Mercadotecnia Internacional y Dirección de Marketing.



II. Propósito y Competencia (s) académica (s) de la asignatura

Propósito General

Diseñar planes estratégicos, a través de la aplicación de los resultados del diagnóstico de la empresa u organización, a fin de solucionar problemas; así como aprovechar áreas de oportunidad de las mismas.

Competencias genéricas

- Capacidad de planeación y organización.
- Capacidad de motivar y conducir hacia metas comunes.
- Capacidad creativa y emprendedora.
- Capacidad para tomar decisiones.

Competencias profesionales para la Licenciatura en Comercio Internacional

- Diseñar, implantar y evaluar planes de mercadotecnia nacional e internacional en empresas, organizaciones sociales, cadenas productivas y de valor en mercados nacionales e internacionales y con ello aprovecha las oportunidades de mercado.

Competencias profesionales para la Licenciatura en Administración y Negocios

- Desarrollar proyectos e investigaciones de mercado, nuevos productos y servicios y/o innova los existentes en congruencia con las condiciones de competencia del mercado, para identificar y aprovechar oportunidades de negocios, siendo perceptivo de la demanda, trabajando bajo presión con ética y confidencialidad y un enfoque significativo al cliente.



Competencias específicas para la Licenciatura en Comercio Internacional

- Diseñar, implantar y evaluar planes de mercadotecnia nacional e internacional en empresas, organizaciones sociales, cadenas productivas y de valor en mercados nacionales e internacionales.
- Desarrollar una visión estratégica de los negocios internacionales.

Competencias específicas para la Licenciatura en Administración y Negocios

- Realizar diagnósticos integrales en la organización y los factores de su entorno, con el fin de fortalecer la toma de decisiones en forma eficaz y eficiente, estableciendo una comunicación asertiva y una visión crítica, con objetividad y compromiso con la mejora continua.
- Proponer cadenas y redes de valor en las organizaciones que constituyen los distintos sectores productivos y de servicios en México, con el fin de impulsar su integración y fortalecer su nivel competitivo, responsabilizándose con el desarrollo sustentable en congruencia con los intereses de la organización y la sociedad.
- Elegir estrategias para el desarrollo empresarial aplicables en función de las características de la organización, para enfrentar con éxito las condiciones del contexto, respetando la multiculturalidad y el medio ambiente.



III. Evidencias Generales de Desempeño

Productos o evidencias Generales	Estrategias y Criterios Generales de Evaluación del Desempeño
<p>PRODUCTO:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Reportes de lectura • Estudio de caso • Análisis escrito de artículos afines a la asignatura • Exposiciones • Investigación documental/campo reportada • Notas de clase • Cuadro comparativo • Simulacros • Informe escrito/digital de proyectos. • Constancia de presentación de trabajos, visitas o participación en eventos científicos. <p>DESEMPEÑO:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Observaciones por parte del docente en la realización de las actividades • Autoapreciaciones respecto al propio desempeño 	<p>ESTRATEGIAS:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Rubrica • Lista de cotejo • Participación • Análisis de caso • Aprendizaje Basado en la Solución de Problemas • Reportes de las actividades realizadas • Practicas <p>CRITERIOS:</p> <ul style="list-style-type: none"> • FORMA: Estructura, coherencia, claridad, gramática, organización, los tiempos de entrega, seguimiento del formato establecido, creatividad, involucramiento y participación. • CONTENIDO (DE FONDO): calidad y organización de la información, establecimiento de los objetivos, los recursos utilizados, las propuestas de soluciones, el cronograma, la puntualidad, las destrezas sociales, las contribuciones, las fuentes de información utilizadas, la creatividad, las conclusiones, la correcta utilización de citas y referencias bibliográficas, la argumentación.



IV. Estructura Básica del programa

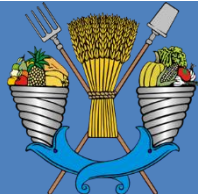
UNIDAD DE APRENDIZAJE No 1		INTRODUCCIÓN AL ESTUDIO DE LA PLANEACIÓN ESTRATÉGICA	
Horas Teoría		6.0	
Horas Práctica		3.0	
Propósitos específicos de la Unidad de Aprendizaje:			
Analizar la importancia de la planeación estratégica en el comercio para su correcta aplicación a través de la identificación de sus elementos			
Contenido de la Unidad de Aprendizaje			
Elementos de la Competencia			
Conocimientos		Habilidades	Actitudes y valores
1.1 Concepto de estrategia		Interpreta el concepto de estrategia	En un contexto respetuoso de los valores circundantes Y los emplea de manera óptima.
1.2 Tipos de estrategias		Clasifica los tipos de estrategias	
1.2.1 Nivel corporativo			
1.2.2 Nivel de negocios			
1.2.3 Nivel funcional			
1.3 Formulación de estrategias		Formula estrategias de acuerdo con el nivel de negocios, corporativo o funcional.	De manera ética.
1.4 Concepto de planeación y		Distingue la planeación y planeación estratégica.	Para aplicar de manera responsable sus distintos elementos



planeación estratégica		
1.5 El origen de la planeación estratégica	Identifica el origen, los principios, los componentes, las características, los beneficios y limitaciones de la planeación estratégica.	Asumiendo una postura con base en el ganar-ganar
1.6 Principios de planeación estratégica		
1.7 Componentes de la planeación estratégica		
1.8 Características de la planeación estratégica		
1.9 Beneficios de la planeación estratégica		
1.10 Limitaciones de la planeación estratégica	Clasifica los modelos de planeación estratégica.	Apegándose a las normas o estándares establecidos
1.11 Modelos de planeación estratégica		
1.11.1 Modelo de Gerencia Estratégica de Fred David.		
1.11.2 Modelo de planeación estratégica de George Stainer		
Materiales y recursos a utilizar		
Didácticos	Tecnológicos, informáticos y de comunicación	
Libros de texto, artículos, pintarrón, marcadores, borrador, libreta de notas, bolígrafos y algunos otros según las	Laptop, cañón, videos, documentales, red Internet y algunos otros según las necesidades del propio programa de	



necesidades del propio programa de asignatura así como la dinámica de grupo.	asignatura así como la dinámica de grupo.
Estrategias de enseñanza	Actividades de aprendizaje
Clases Magistrales Mediación en la realización de trabajos de investigación Análisis guiado de textos Revisión de casos de estudio	Toma de notas correspondiente a cada clase. Realización de ejercicios Lluvia de ideas Investigación y recopilación de información Plenaria Practica de estudio de caso a libre elección
Evidencias de Desempeño	
Productos o evidencias de desempeño	Criterios de Evaluación del Desempeño
Notas escritas Redacciones parciales de cada paso de la actividad Informe escrito de artículos escritos Ensayo referente al estado actual de los empaques en el entorno y la sociedad	Entrega de trabajos en tiempo, gramática, estructura de la información y dominio del tema, creatividad, claridad, argumentación lógica, presentación oral de la información así como involucramiento y participación.
Actividades Prácticas: Título de la Práctica: Planeación Estratégica Propósito: Elaborar un análisis de caso a partir de identificar cada uno de los temas revisados en la unidad para aplicar los conocimientos obtenidos individualmente. Duración: 3.0	



UNIDAD DE APRENDIZAJE No 2		PROCESO DE LA PLANEACIÓN ESTRATÉGICA	
Horas Teoría		9.0	
Horas Práctica		3.0	
Propósitos específicos de la Unidad de Aprendizaje:			
Explicar el proceso de la planeación estratégica a través de los elementos intervinientes para identificar su actual manejo			
Contenido de la Unidad de Aprendizaje			
Elementos de la Competencia			
Conocimientos		Habilidades	
2.1 Identificación de misión, visión, filosofía, objetivos, metas y estrategias de la organización		Identifica la misión, visión, filosofía, objetivos, metas y estrategias de la empresa u organización.	
2.2 Análisis del ambiente externo de la organización		Analiza el ambiente externo e interno de la organización.	
2.3 Análisis del ambiente interno de la organización			
2.4 Matriz FODA		Construye la matriz FODA; identificando las fortalezas, oportunidades, debilidades y amenazas de la organización.	
2.5 Revaloración de la misión, visión, filosofía, objetivos, metas y estrategias		Revalora la misión, visión, filosofía, objetivos, metas y estrategias de la organización.	
		Actitudes y valores	
		Para aplicarlos de manera correcta y en beneficio de la organización que representa.	
		De una manera honesta	
		De manera imparcial dentro de la organización	
		Buscando el máximo beneficio de la organización	



2.6 Generación de Alternativas	Genera alternativas de acuerdo con el análisis de la matriz FODA.	Respetando el contexto y proponiendo alternativas de solución
2.7 Formulación de estrategias	Formula estrategias de acuerdo con el análisis de la matriz FODA.	Desde un marco ético

Materiales y recursos a utilizar

Didácticos	Tecnológicos, informáticos y de comunicación
Libros de texto, artículos, pintarrón, marcadores, borrador, libreta de notas, bolígrafos y algunos otros según las necesidades del propio programa de asignatura así como la dinámica de grupo.	Laptop, cañón, videos, documentales, red Internet y algunos otros según las necesidades del propio programa de asignatura así como la dinámica de grupo.

Estrategias de enseñanza	Actividades de aprendizaje
Clases Magistrales Mediación en la realización de trabajos de investigación Diseño matricial con énfasis en FODA	Toma de notas correspondiente a cada clase. Lluvia de ideas Trabajo colaborativo en equipo Diálogos y conversatorios Ensayo

Evidencias de Desempeño

Productos o evidencias de desempeño	Criterios de Evaluación del Desempeño
Notas escritas Resolución de ejercicios Ensayo libre sobre algún tópico de la unidad	Entrega de trabajos en tiempo, gramática, estructura de la información y dominio del tema, creatividad, claridad, argumentación lógica, presentación oral de la información así como involucramiento y participación.

Actividades Prácticas:

Título de la Práctica: FODA

Propósito: Elaborar el análisis FODA del caso analizado anteriormente a partir de realizar investigación documental para proponer alternativas de solución.

Duración: 3.0



UNIDAD DE APRENDIZAJE No 3		TEORÍA DE LA VENTAJA COMPETITIVA Y CADENA DE VALOR	
Horas Teoría		12.0	
Horas Práctica		6.0	
Propósitos específicos de la Unidad de Aprendizaje:			
Distinguir las principales características de la teoría de la ventaja y la cadena de valor para la correcta aplicación de las mismas a través de diversos ejercicios			
Contenido de la Unidad de Aprendizaje			
Elementos de la Competencia			
Conocimientos		Habilidades	Actitudes y valores
3.1 La Ventaja competitiva		Conceptualiza la ventaja competitiva.	Respeta las normas establecidas.
3.1.1 Definición y utilidad de la ventaja competitiva		Determina la utilidad y caracteriza la ventaja competitiva.	Asume una postura crítica en torno al contexto.
3.1.2 Características esenciales de las ventajas competitivas			
3.1.3 Estrategias genéricas para definir ventajas competitivas		Distingue las estrategias genéricas para definir ventajas competitivas.	Valora la importancia de aplicarle en un marco ético
3.1.4 Selección de la ventaja competitiva: su relación con las actividades clave del negocio		Selecciona la ventaja competitiva de acuerdo con las actividades de la organización.	Respetando las opiniones de sus compañeros.



<p>3.1.5 Sustentabilidad de la ventaja competitiva: Determinación de la calidad</p>	<p>Determina la importancia de la sustentabilidad de la ventaja competitiva.</p>	<p>Se involucra de forma activa y propositiva en su aplicación.</p>
<p>3.1.6 Metodología para definir ventajas competitivas en el negocio</p>	<p>Aplica la metodología para definir ventajas competitivas en la organización.</p>	<p>Propone soluciones y alternativas a problemas a partir de procedimientos establecidos,</p>
<p>3.2 La cadena de valor</p>	<p>Define cadena de valor.</p>	<p>Participa de manera colaborativa.</p>
<p>3.2.1 Definición de cadena de valor</p>	<p>Identifica los nexos de la cadena de valor.</p>	<p>Valorando el impacto de su aplicación en la economía mundial.</p>
<p>3.2.2 Nexos de la cadena de valor</p>	<p>Determina los alcances competitivos y la cadena de valor.</p>	<p>Participa de manera activa para la resolución de problemas.</p>
<p>3.2.3 Nexos verticales</p>		
<p>3.2.4 Cadena de valor del cliente</p>		
<p>3.3 Alcance competitivo y cadena de valor</p>		
<p>3.3.1 Alcance del segmento</p>		
<p>3.3.2 Alcance vertical</p>		
<p>3.3.3 Alcance geográfico</p>		
<p>3.3.4 Alcance industrial</p>		
<p>3.3.5 Coaliciones y alcance</p>		
<p>3.3.6 Alcance competitivo y definición del negocio</p>		



3.4	Desarrollo de ventajas competitivas	Desarrolla ventajas competitivas para la organización.	De manera responsable y ética
Materiales y recursos a utilizar			
Didácticos		Tecnológicos, informáticos y de comunicación	
Libros de texto, artículos, pintarrón, marcadores, borrador, libreta de notas, bolígrafos y algunos otros según las necesidades del propio programa de asignatura así como la dinámica de grupo.		Laptop, cañón, videos, documentales, red Internet y algunos otros según las necesidades del propio programa de asignatura así como la dinámica de grupo.	
Estrategias de enseñanza		Actividades de aprendizaje	
Clases Magistrales Mediación en la realización de trabajos de investigación Aprendizaje basado en la solución de problemas (ABP) Evaluación de la monografía		Toma de notas correspondiente a cada clase. Establecimiento del objetivo de la tarea y establecimiento de las fuentes de información. Lluvia de ideas Trabajo colaborativo en equipo: exposiciones Diálogos y conversatorios Investigación para la realización del informe escrito de los elementos a evaluar en la monografía	
Evidencias de Desempeño			
Productos o evidencias de desempeño		Criterios de Evaluación del Desempeño	
Notas escritas Redacciones parciales de cada paso de la actividad Informe final de ABP Ensayo		Entrega de trabajos en tiempo, gramática, estructura de la información y dominio del tema, creatividad, claridad, argumentación lógica, presentación oral de la información así como involucramiento y participación.	



Universidad Autónoma Chapingo

División de Ciencias Económico Administrativas



Actividades Prácticas:

Título de la Práctica: Ensayo teoría de la ventaja competitiva y cadena de valor

Propósito: Argumentar en el caso previamente seleccionado los elementos revisados en esta unidad a partir de identificarlos para constatar el nivel de desempeño adquirido.

Duración:6.0



UNIDAD DE APRENDIZAJE No 4		PROYECTO DE PLANEACIÓN ESTRATÉGICA: PLAN ESTRATÉGICO	
Horas Teoría		15.0	
Horas Práctica		9.0	
Propósitos específicos de la Unidad de Aprendizaje:			
Identificar los principales elementos del plan estratégico para aplicarlo de manera correcta a través de los parámetros establecidos.			
Contenido de la Unidad de Aprendizaje			
Elementos de la Competencia			
Conocimientos		Habilidades	Actitudes y valores
4.1 Rediseño de las organizaciones		Rediseña las organizaciones a partir de la planeación estratégica.	Trabaja con responsabilidad en la aplicación de esta.
4.1.1	Delimitación de prioridades estratégicas		
4.1.2	Determinación de los objetivos estratégicos		
4.1.3	Construcción de la Misión, visión, filosofía y metas		
4.2 Análisis de la situación actual		Analiza la situación actual de la organización a través del diagnóstico y matriz FODA.	Demuestra actitud ética ante el empleo de la matriz.
4.2.1	Diagnóstico del ambiente externo e interno de la organización.		



4.2.2 Construcción de la matriz FODA		Formula las estrategias e implementa las mismas en la organización.	Respetando las opiniones de sus compañeros.
4.3 Formulación de estrategias			
4.4 Plan de acción		Evalúa los resultados con relación en la implementación de las estrategias en la organización.	Valora la importancia de la aplicación en un marco ético
4.5 Evaluación de resultados		Determina los mecanismos de evaluación.	Apegándose a la norma establecida
4.5.1 Mecanismos de evaluación	de	Aplica las herramientas de evaluación.	Se involucra de forma activa y propositiva en su aplicación
4.5.2 Herramientas de evaluación	de		
4.6 Realimentación		Realimenta las estrategias en la organización.	En un marco ético y normativo

Materiales y recursos a utilizar

Didácticos	Tecnológicos, informáticos y de comunicación
Libros de texto, artículos, pintarrón, marcadores, borrador, libreta de notas, bolígrafos y algunos otros según las necesidades del propio programa de asignatura así como la dinámica de grupo.	Laptop, cañón, videos, documentales, red Internet y algunos otros según las necesidades del propio programa de asignatura así como la dinámica de grupo.
Estrategias de enseñanza	Actividades de aprendizaje
Clases Magistrales Mediación en la realización de trabajos de investigación Aprendizaje basado en la solución de problemas (ABP) Plenaria	Toma de notas correspondiente a cada clase. Establecimiento de las fuentes de información. Lluvia de ideas Plenaria



	Investigación para la realización del informe escrito de los elementos a evaluar en la practica
Evidencias de Desempeño	
Productos o evidencias de desempeño	Criterios de Evaluación del Desempeño
Notas escritas Redacciones parciales de cada paso de la actividad Informe final de ABP Cuadro comparativo	Entrega de trabajos en tiempo, gramática, estructura de la información y dominio del tema, creatividad, claridad, argumentación lógica, presentación oral de la información así como involucramiento y participación.
Actividades Prácticas: Título de la Práctica: Elaboración de un plan estratégico Propósito: Elaborar un plan estratégico del caso previamente seleccionado para establecer mejoras a partir de las problemáticas detectadas Duración:9.0	



UNIDAD DE APRENDIZAJE No 5		LA PLANIFICACIÓN ESTRATÉGICA COMO HERRAMIENTA EN LA NUEVA ECONOMÍA
Horas Teoría		6.0
Horas Práctica		3.0
Propósitos específicos de la Unidad de Aprendizaje:		
Aplicar la planeación estratégica por medio de los conocimientos adquiridos para utilizarla como una nueva herramienta económica		
Contenido de la Unidad de Aprendizaje		
Elementos de la Competencia		
Conocimientos	Habilidades	Actitudes y valores
5.1 Las oportunidades que ofrece la nueva economía	Determina las oportunidades de la nueva economía.	Asume una actitud valorativa de los aspectos relacionados con la misma.
5.2 Los problemas del nuevo milenio: efecto 2000.	Identifica los problemas del nuevo milenio.	
5.3 La dirección en el plan estratégico de la empresa en el nuevo milenio	Distingue la dirección en el plan estratégico de la empresa en el nuevo milenio.	
5.4 Las nuevas estrategias	Reconoce las estrategias de la nueva economía.	
5.5 La gestión del conocimiento como estrategia empresarial	Compara la gestión del conocimiento como estrategia empresarial de la nueva economía.	



5.5.1 Estatutarias de desarrollo de la gestión del conocimiento.

Materiales y recursos a utilizar

Didácticos

Libros de texto, artículos, pintarrón, marcadores, borrador, libreta de notas, bolígrafos y algunos otros según las necesidades del propio programa de asignatura así como la dinámica de grupo.

Tecnológicos, informáticos y de comunicación

Laptop, cañón, videos, documentales, red Internet y algunos otros según las necesidades del propio programa de asignatura así como la dinámica de grupo.

Estrategias de enseñanza

Clases Magistrales
Mediación en la realización de trabajos de investigación
Aprendizaje basado en la solución de problemas (ABP)

Actividades de aprendizaje

Toma de notas correspondiente a cada clase.
Establecimiento del objetivo de la tarea y establecimiento de las fuentes de información.
Lluvia de ideas
Diálogos y conversatorios
Reflexión escrita
Compilación

Evidencias de Desempeño

Productos o evidencias de desempeño

Notas escritas
Redacciones parciales de cada paso de la actividad
Informe final de ABP
Trabajo escrito

Criterios de Evaluación del Desempeño

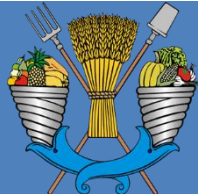
Entrega de trabajos en tiempo, gramática, estructura de la información y dominio del tema, creatividad, claridad, argumentación lógica, presentación oral de la información así como involucramiento y participación.

Actividades Prácticas:

Título de la Práctica: Mi experiencia, mi planeación

Propósito: Exponer el impacto del trabajo realizado para su futuro ejercicio profesional a través de un trabajo escrito compaginado de todas las practicas realizadas.

Duración:3.0



V. Evaluación y Acreditación.

Elaboración y/o presentación de:	Periodo o fechas	Unidades de aprendizaje y temas que abarca	Ponderación (%)
<ul style="list-style-type: none"> • Trabajos escritos: • Reportes de lectura • Ensayos • Estudios de caso • Análisis escrito de artículos afines a la asignatura • Cuadro comparativo 	Acordados en el encuadre por el profesor y los estudiantes	Son actividades que se desarrollaran durante las cinco unidades	10
Prácticas			30
Participaciones			10
Notas de clase			05
Informe escrito de Monografía			45
Constancia de presentación de trabajos, visitas o participación en eventos científicos			Serán ponderadas de manera adicional a la calificación semestral con 05 décimas y se podrán presentar como máximo 2 en calidad de asistente o una con valor de 1.0 puntos en caso de ser ponente cuando guarden relación directa con los contenidos de la asignatura demostrándose a través de una redacción de una cuartilla que contenga una descripción puntual de lo aprendido, el programa del evento y la constancia o diploma que lo certifica.
TOTAL			100



VI. Bibliografía y Recursos Informáticos.

Bibliografía Básica

- Aceves, V. (2005). *Dirección estratégica: el proceso de formulación de estrategias*. México: Mc Graw Hill.
- Ackoff, R. (1995). *La planificación de la empresa del futuro*. México: Limusa.
- Arjona, T.M. (1999). *Dirección estratégica: un enfoque práctico*. España: Díaz de Santos S.A.
- Dasi, C.A., Dolz, D.C., Ferrer, O.C., y Iborra, J.M. (2006). *Fundamentos de dirección de empresas*. Thompson.
- Fred, R. D. (2003). *Conceptos de administración estratégica*. México: Pearson Educación.
- Haamermesh, G.R. (1990). *Planeación estratégica*. México: Limusa.
- Hitt, M. A., Ireland, R.D., y Hoskisson, R. E. (2008). *Administración estratégica: competitividad y globalización*. México: Cengage Learning Latin America.
- Johnson, G., Scholes, K., y Whittington, R. (2006). *Dirección estratégica*. Pearson Educación.
- Newstrom, J.W. (2007). *Dirección: gestión para lograr resultados*. México: Mc Graw Hill.
- Omahe, K. (2004). *La mente del estratega*. México: Mc Graw Hill.
- Porter, M. (2010). *Ventaja competitiva: creación y sostenibilidad de un rendimiento superior*. México: Piramide S.A.
- Rodríguez, V. J. (2010). *Cómo aplicar la planeación estratégica a las pequeñas y mediana empresa*. Thompson.
- Ruiz, O.R.U., Guzmán, O.J., y De la rosa, I. E.J.L. (2008). *Dirección empresarial asistida: cómo alinear estratégicamente su organización*. España: Visión Net.
- Steiner, G.A. (1991). *Planeación estratégica: lo que todo director debe saber, una guía paso a paso*. México: CECSA.
- Sun, T. (2011). *El arte de la guerra*. México: Distribuciones Antonio Fossati S.A de C.V.
- Thompson y Strickland. (2008). *Dirección y administración estratégica*. México: Mc Graw Hill.
- Torres, H. Z. (2008). *Administración estratégica*. México: Grupo Editorial Patria.
- Wheelen, T., y Hunger, J.D. (2007). *Administración estratégica y política de negocios: conceptos y casos*. México: Pearson Educación.



Sitios de Internet

SITIOS DE REVISTAS REFERENTES AL TEMA

www.expansión.com

www.cincodias.com

www.actualidad-economica.com

www.emprendedores.es

www.elpais.com

www.elmundo.es