

UNIVERSIDAD AUTÓNOMA DE CHIHUAHUA  UNIDAD ACADÉMICA: FACULTAD DE CIENCIAS DE LA CULTURA FÍSICA PROGRAMA ANALÍTICO DE LA UNIDAD DE APRENDIZAJE: <u>ALTA GERENCIA DEPORTIVA</u> Dr. Julio Cesar Guedea Delgado	DES:	Administración
	Programa académico	LAD
	Tipo de materia (Obli/Opta):	Obligatoria
	Clave de la materia:	ADE 7801
	Semestre:	Octavo
	Área en plan de estudios:	Específica
	Total de horas por semana:	8
	<i>Teoría: Presencial o Virtual</i>	5
	<i>Laboratorio o Taller:</i>	3
	<i>Prácticas:</i>	0
	<i>Trabajo extra-clase:</i>	2
	Créditos Totales:	8
	Total de horas semestre (x sem):	128
	Fecha de actualización:	05/08/2024
	<i>Prerrequisito (s):</i>	
DESCRIPCIÓN:		
Identifica y aplica los aspectos básicos en el ámbito de la alta gerencia en el deporte, para la toma de decisiones asertivas y efectivas en las organizaciones deportivas, con compromiso social, impulsando la responsabilidad ciudadana y participación democrática, en el contexto de los problemas más sensibles de las comunidades cercanas. Desarrollando estrategias como futuro profesional en el área de la administración de los deportes, buscando la aplicación y eficiencia de un plan de alta gerencia en el deporte por medio de la implementación de procesos para el posicionamiento de los productos o servicios deportivos.		
COMPETENCIAS PARA DESARROLLAR:		
B1. Excelencia y Desarrollo Humano		
La excelencia educativa promueve el desarrollo humano integral con resultados tangibles obtenidos en la formación de profesionales con conciencia ética y solidaria, pensamiento crítico y creativo, así como una capacidad innovadora, productiva y emprendedora. Se puntualiza en los aprendizajes, como referente para construir nuevas propuestas y soluciones en el marco de la innovación y pertinencia social, con matices éticos y de valores, que desde su particularidad cultural le permitan respetar la diversidad, promover la inclusión, valorar la interculturalidad.		
P9. Creatividad, Innovación y Gestión		
Genera una cultura emprendedora y una visión integral sobre las capacidades y herramientas necesarias para la dirección y desarrollo de proyectos de negocios y creación de una empresa industrial, comercial o de servicios, en diferentes entornos económicos, políticos, sociales, culturales, en los ámbitos nacional y global.		

Esta competencia promueve la capacidad de adaptación a entornos cambiantes, la búsqueda de oportunidades de mejora continua y el liderazgo en la implementación de proyectos innovadores.

DOMINIOS (Se toman de las competencias)	OBJETOS DE ESTUDIO (Contenidos necesarios para desarrollar cada uno de los dominios)	RESULTADOS DE APRENDIZAJE (Se plantean de los dominios y contenidos)	METODOLOGÍA (Estrategias, secuencias, recursos didácticos)	EVIDENCIAS (Productos tangibles que permiten valorar los resultados de aprendizaje)
B1.1. Desarrolla el pensamiento crítico a partir de la libertad, el análisis, la reflexión y la argumentación. P9.2. Desarrolla la habilidad para implementar soluciones novedosas que mejoren procesos, productos o servicios.	Objeto de estudio 1 Objeto de Estudio 1 1. Dirección estratégica 1.1 Análisis de los planes estratégicos 1.2 Contexto de organizaciones deportivas 1.3 FODAS 1.4 Misión y Visión 1.5 Ejes Rectores 1.6 Indicadores	Identifica Los conceptos contemporáneos del mercadeo que le permitan analizar los diferentes enfoques y modelos del mercadeo. Relaciona los conceptos del manejo de costo – satisfacción en el ámbito deportivo Describe actividades esenciales para la búsqueda de objetivos de los estudios de mercado, optimizando la gestión estratégica del mercado.	Exposiciones del profesor Búsqueda y análisis de información. Estudios de casos	Mapa conceptual de los elementos esenciales del mercadeo. Procedimiento de ejercicios prácticos de aplicación con la teoría del marketing ubicados en el ámbito de los deportes, incluyendo soluciones estratégicas. Esquema de los objetivos en los estudios de mercado.
B1.1. Desarrolla el pensamiento crítico a partir de la libertad, el análisis, la reflexión y la argumentación. P9.2. Desarrolla la	Objeto de estudio 2 2. Estrategias y Acciones 2.1 Metodologías para realizar acciones 2.2 Metas a corto, mediano y largo plazo. Sistemas de calidad Gestión de la calidad Mejora continua	Describe Las diferentes estrategias de desarrollo de producto evaluando diversos métodos de posicionamiento innovadores. Identifica y comprara los modelos de fijación de precios en	Técnicas expositivas Lluvia de ideas. Cuadros comparativos de las estrategias. Estudios de caso de los entornos internos y externos. Videos	Análisis de caso sobre programas de marketing deportivo de diversas compañías que ofertan bienes o servicios relacionados al mundo de los deportes.

habilidad para implementar soluciones novedosas que mejoren procesos, productos o servicios.		el contexto del mercado Relaciona los canales de distribución y el impacto como parte integral del servicio estratégico. Diseña un plan de comunicación para una campaña estratégica.		Mapa mental sobre instrumentos de promoción en una campaña estratégica Desarrolla estrategias de los instrumentos en el marketing deportivo del servicio o producto analizado.
B1.1. Desarrolla el pensamiento crítico a partir de la libertad, el análisis, la reflexión y la argumentación. P9.2. Desarrolla la habilidad para implementar soluciones novedosas que mejoren procesos, productos o servicios.	Objeto de estudio 3 Servicio al Cliente El perfil del Servidor Público para la atención al cliente Calidad en el Servicio	Determina Los procesos para la segmentación del mercado que le permita definir técnicas de penetración efectivas basadas un dicho análisis Interpreta los datos para ideentificar oportunidades y amenazas Evalua como los factores psicológicos, sociales y culturales influyen en las decisiones de compra de los consumidores.	Técnicas expositivas Diagramas radiales de análisis interno y externo. Diagrama de flujo de la penetración del mercado. Mapa semántico del comportamiento del consumidor. Investigación para arrojo del mercado.	Portafolios Análisis de mercadeo de productos o marcas (interno, externo). Análisis de casos sobre el desempeño del marketing estratégico y operacional. Desarrolla proyectos sobre la operatividad funcional de los productos o servicios deportivos.
B1.1. Desarrolla el pensamiento crítico a partir de la libertad, el análisis, la reflexión y la argumentación. P9.2. Desarrolla la habilidad para implementar soluciones novedosas que mejoren procesos,	Objeto de estudio 4 Organizaciones deportivas La innovación y su contexto Gestión y la innovación en procesos Gestión del cambio y la innovación	Define Objetivos estratégicos alineamos con la misión y visión (SMART) para el buen desarrollo del plan de mercadeo. Selecciona y diseña el conjunto de estrategias de marketing, evaluando la efectividad de estas. Estima conclusiones y recomendaciones basadas en la	Técnicas expositivas Mesas redondas	Desarrollo de Plan de Mercadeo en equipo. Portafolio

productos o servicios.		proyección de resultados para una buena optimización.		
------------------------	--	---	--	--

FUENTES DE INFORMACIÓN (Bibliografía, direcciones electrónicas)	EVALUACIÓN DE LOS APRENDIZAJES (Criterios, ponderación e instrumentos)
Acosta Hernández, R. (2005). Dirección gestión y administración de las organizaciones deportivas. Editorial Paidotribo. Administración de personal. (2014) Gary Dessler, Sexta edición. Publicado por Prentice-hall, inc. Bustamante, D. D., Arista, Y. M., Valle, Y. M., y Chambergó, P. T. (2018). Administración de la calidad total. Global Business Administration Journal, 2(1), 21-26. Calderón, C., y Calderón, C. (2018). Sistema de gestión de calidad para la empresa confecciones" hc" de la ciudad de ambato (Bachelor's thesis). Carrera, R. M. (2018). Calidad y Productividad. Espirales Revista Multidisciplinaria de investigación, 2(18), 74-79. Castrillón Ortega, Adriana (2014). Fundamentos generales de administración/Adriana Margarita Castrillón Ortega. Medellín: Centro Editorial Esumer. flores Valverde, M. T. D. J., García, E., y Sánchez, Y. (2018). Manual de administración de personal. <i>Comité Editorial</i>, 49. Franklin Benjamín. (2019). Introducción a la administración. Evolución, aplicaciones y tendencias. Ed. Cengage. México Franklin Benjamín. (2019). Introducción a la administración. Evolución, aplicaciones y tendencias. Ed. Cengage. México. García, H. F. A., y Tapasco, J. L. A. (2019). Diseño del plan estratégico para el CIDSET (Centro de Investigación Desarrollo Social Empresarial y Tecnológico) de la Universidad del Valle Sede Zarzal [recurso electrónico] (Doctoral dissertation). Garza Castaño, R. (2000). Creación de PYMES: Objetivo emprendedor. <i>Ingenierías</i>, 3(9), 54-58. Guedea, J. (2019) Administración deportiva. México. Universidad Autónoma de Chihuahua. Textos Universitarios. Hernández, Q., y Alonso, Y. (2018). Aportes de la planeación estratégica al diseño y ejecución de los objetivos organizacionales. Hernández, Q., y Alonso, Y. (2018). Aportes de la planeación estratégica al diseño y ejecución de los objetivos organizacionales. Hernández, Q., y Alonso, Y. (2018). Aportes de la planeación estratégica al diseño y ejecución de los objetivos organizacionales. Hernández, Q., y Alonso, Y. (2018). Aportes de la planeación estratégica al diseño y ejecución de los objetivos organizacionales. Huby, A. M. G., & Murguía, M. E. A. (2011). El potencial emprendedor en los estudiantes de la carrera de contabilidad de las universidades San Marcos de Perú y Guadalajara de México–Centro Universitario de los Altos– Un análisis comparativo. <i>Quipukamayoc</i>, 19(36), 63-82.	▪ Considera la evaluación como un proceso ▪ formativo y continuo que favorece el aprender a aprender. ▪ ☑ Se especifican los criterios, evidencias de ▪ desempeño e instrumentos que permiten ▪ evaluar a los dominios y resultados de ▪ aprendizaje y con ello acreditar el curso. ▪ ☑ Incluyelos momentos de evaluación ▪ (Diagnóstica, parcial, final). ▪ ☑ Considera lo tipos de evaluación: auto ▪ evaluación coevaluación y heteroevaluación. ▪ ☑ Así como la ponderación. Primer Parcial. 30% Examen 30% Evidencias de desempeño 40% Participación 20% Asistencia 10% Segundo Parcial. 30% Examen 30% Evidencias de desempeño 40% Participación 20% Asistencia 10% Ordinario. 40% Portafolio de plan de mercadeo 100%

Lerma Kirchner, A. (2007). Liderazgo emprendedor. <i>México, México: Edamsa, SA.</i> Morquecho-Sánchez, R., Morales-Sánchez, V., Ceballos-Gurrola, O., y Medina-Rodríguez, R. E. (2016). Cuestionario de evaluación de la calidad percibida en organizaciones de servicios deportivos universitarios (Qunisport v. mx): programa factor. <i>Revista Iberoamericana de Psicología del Ejercicio y el Deporte</i>, 11(2) ,271-277. Münch, Lourdes. (2018). Administración. Gestión organizacional, enfoques y proceso administrativo. 3a ed., Ed. Pearson. México. Münch, Lourdes. (2018). Administración. Gestión organizacional, enfoques y proceso administrativo. 3a ed., Ed. Pearson. México. Muñoz López, M. P. (2010). Experimentando el flujograma. Para la Innovación, C. I. (2011). Programa nacional de innovación. <i>México, DF: Comité Intersectorial para la Innovación.</i> Parrales Yáñez, M. G. (2017). <i>Diseño de un manual de procedimientos para la gestión de compras en shoe store- GUAYAQUIL</i> (Bachelor's thesis, Universidad de Guayaquil). Robbins Stephen P. Y Coulter Mary (2018). Administration, 13^a ed., Ed. Pearson. México.	
---	--

CRONOGRAMA

Objetos de estudio	Semanas															
	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	16
Objeto de Estudio 1 Dirección estratégica	X	X	X	X												
Objeto de estudio 2 Estrategias y Acciones					X	X	X	X								
Objeto de estudio 3 Servicio al Cliente									X	X	X	X				
Objeto de estudio 4 organizaciones deportivas													X	X	X	X