



UNIVERSIDAD AUTÓNOMA DE
CHIHUAHUA

UNIVERSIDAD AUTONOMA DE CHIHUAHUA
Clave: 08MSU0017H

**FACULTAD DE CONTADURÍA Y
ADMINISTRACIÓN**
Clave: 08USU4054V

PROGRAMA DEL CURSO:

E704F Simulador de Negocios

DES: Económico-Administrativa

Programa(s) Educativo(s): L.A.F.

Tipo de materia: Específica obligatoria

Clave de la materia: E704F

Semestre: 7º Semestre

Área en plan de estudios: Formación específica

Créditos: 3

Total de Horas por Semana: 3

Teoría: 3

- Taller:
- Laboratorio:
- Prácticas Complementarias:
- Trabajo extra-clase:

Total de horas en el Semestre: 48

Fecha última de actualización Curricular:
Mayo de 2011

Clave y Materia requisito: Ninguna

Fundamentación:

En la actualidad las empresas requieren egresados con conocimientos, competencias, habilidades, destrezas y valores desarrollados en las diferentes áreas funcionales de una organización. Este programa analítico se fundamenta en los resultados obtenidos del Rediseño Curricular (*ver documento integral del Rediseño Curricular*) y en el Modelo Educativo Basado en Competencias básicas, profesionales y específicas, a través del cual el egresado podrá incorporarse al mercado laboral con mayor facilidad y así contribuir de forma eficiente a las necesidades que la sociedad demande.

Perfil académico:

Título y cédula profesional en licenciaturas en áreas económico administrativas
Título y cédula de Maestría en ciencias económico administrativas deseable, preferentemente en Finanzas
Experiencia profesional en Finanzas deseable.

Propósitos del Curso:

El alumno aprenderá a aplicar las diferentes estrategias financieras y mercadológicas para competir en los diferentes mercados y lograr su expansión en otros países a través de la buena ejecución de cada estrategia.

Competencias (Tipo y Nombre de las Competencias)	Contenidos (Unidades, Temas y Subtemas)	Resultados de Aprendizaje (Por Unidad)
<p>COMPETENCIA BASICA:</p> <p>1.- Solución de problemas 2.- Trabajo en Equipo 3.- Habilidades del Pensamiento 4.- Uso de la Información</p> <p>COMPETENCIAS PROFESIONALES:</p> <p>1.Uso de la información. 2.Uso de herramientas matemáticas.</p> <p>COMPETENCIAS ESPECÍFICAS:</p> <p>1. Planeación financiera. 2. Negocios internacionales</p>	<p>Objeto de Estudio 1.- ¿Que es una estrategia y porque es tan importante?</p> <p>1.¿A que nos referimos con estrategia? 2. Estrategia y Ética. 3.¿Qué hace que una estrategia tenga éxito? 4.Importancia de la elaboración y ejecución de una estrategia.</p> <p>Objeto de Estudio 2.- El proceso administrativo de elaboración y ejecución de una estrategia.</p> <p>1.¿Qué implica el proceso de elaboración y ejecución de la estrategia? 2.Fase I: ¿Cómo se desarrolla una visión estratégica? 3.Fase II: Establecer objetivos. 4.Fase III: Idear una estrategia. 5.Fase IV: Aplicar y ejecutar la estrategia. 6.Evaluar el desempeño e iniciar ajustes correctivos.</p> <p>Objeto de estudio 3.- Evaluar el ambiente externo de una empresa.</p> <p>1.Componentes pertinentes del ambiente externo de una empresa. 2.Pensar estratégicamente en el ambiente industrial y competitivo de una empresa.</p> <p>Objeto de estudio 4: Evaluar los recursos y la posición competitiva de una empresa.</p> <p>1. ¿Cómo funciona la estrategia actual de la empresa? 2. ¿Cuáles son las fortalezas y debilidades de recursos de la</p>	<p>El alumno conocerá e identificará el concepto y la importancia de la aplicación de una estrategia.</p> <p>El alumno conocerá el proceso a través del cual se labora y ejecuta una estrategia exitosamente.</p> <p>El alumno analizará como es vista una empresa desde el exterior.</p> <p>El alumno aprenderá a analizar a la empresa internamente con la finalidad de detectar deficiencias respecto a su situación actual en lo que a la competencia se refiere.</p>

	<p>empresa y sus oportunidades y amenazas externas?</p> <p>3. ¿Los precios y costos de la empresa son competitivos?</p> <p>4. Competitivamente, ¿la empresa es más fuerte o más débil que sus rivales?</p> <p>Objeto de Studio 5.- Cinco estrategias competitivas genéricas.</p> <p>1. Las cinco estrategias competitivas.</p> <p>2. Estrategias de costos bajos.</p> <p>3. Estrategias de diferenciación amplia.</p> <p>4. Estrategias de los mejores costos.</p> <p>5. Estrategias dirigidas o de nichos de mercado.</p> <p>Objeto de estudio 6.- Cómo complementar la estrategia competitiva.</p> <p>1. Estrategias de cooperación: alianzas y asociaciones.</p> <p>2. Estrategias de fusión y adquisición.</p> <p>3. Estrategias de integración vertical.</p> <p>4. Estrategias de subcontratación.</p> <p>5. Estrategias de ofensiva.</p> <p>6. Estrategias defensivas.</p> <p>7. Estrategias de Internet.</p> <p>8. Elegir estrategias adecuadas para las áreas funcionales.</p> <p>Objeto de estudio 7.- Competencia en los mercados extranjeros.</p> <p>1. ¿Por qué las empresas se expanden hacia mercados extranjeros?</p> <p>2. Diferencias culturales, composición demográfica y de condiciones de mercado entre países.</p> <p>3. Competencia multinacional y</p>	<p>El alumno identificará diferentes estrategias que son de regla general y deben ser aplicadas por la mayoría de las empresas.</p> <p>El alumno aprenderá a combinar las diferentes estrategias para fortalecer la ventaja competitiva de la empresa.</p> <p>El alumno conocerá las condiciones del mercado extranjero para analizar las posibilidades de expansión de una empresa..</p> <p>El alumno aprenderá a</p>
--	-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------	------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------

	<p>competencia global.</p> <p>4. Búsqueda de la ventaja competitiva en mercados extranjeros.</p> <p>5. Estrategias que corresponden a los mercados de países con economías emergentes.</p> <p>Objeto de estudio 8.- Adecuación de la estrategia a la situación específica de una industria o empresa.</p> <p>1. Estrategias para competir en industrias emergentes.</p> <p>2. Estrategias para competir en mercados de crecimiento rápido.</p> <p>3. Estrategias para competir en industrias maduras.</p> <p>4. Estrategias para competir en industrias estancadas o en declive.</p> <p>5. Estrategias para competir en mercados turbulentos y veloces.</p> <p>6. Estrategias para competir en industrias fragmentadas.</p> <p>7. Estrategias para sostener un crecimiento acelerado de la empresa.</p> <p>8. Estrategias de líderes de industrias.</p> <p>9. Estrategias para empresas de segundo lugar.</p> <p>10. Estrategias para empresas débiles y en crisis.</p> <p>Objeto de estudio 9.- Cultura corporativa y liderazgo: claves para una buena ejecución de estrategias.</p> <p>1. Infusión de una cultura corporativa que promueva la buena ejecución de estrategias.</p> <p>Dirección del proceso de ejecución de estrategias.</p>	<p>utilizar las diferentes estrategias y adecuarlas a las necesidades de la empresa dependiendo del mercado en el que se encuentre.</p> <p>El alumno sabrá realizar la ejecución de las estrategias de acuerdo a la cultura de la empresa y el mercado en que se encuentre.</p>
<p>FUENTES DE INFORMACIÓN (Bibliografía/Lecturas)</p>	<p>EVALUACION DE LOS APRENDIZAJES (Criterios y Evidencias integradoras del</p>	

	desempeño)
<p>Básico: Administración Estratégica, teoría y casos. Arthur A. Thompson Jr., A.J. Strickland III, Jhon E. Gamble. 15ª Edición. McGraw – Hill.</p>	<p>Continúa: Metodología y estrategias didácticas:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Prácticas • Tareas • Exposiciones • Lecturas • Investigación documental • Investigación de campo • Solución de problemas <p>Reconocimientos Parciales: Evidencias (Actividades integradoras):</p> <ul style="list-style-type: none"> • 3 evaluaciones <p>Reconocimiento Integrador Final: Evidencias: (Trabajo Integrador Final). Criterios:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Examen final • Trabajo final
elaboración:	Fecha: Enero 2015

Avance Programático

S e m a n a s

Objetos de Estudio	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	16
Objeto de Estudio 1.- ¿Que es una estrategia y porque es tan importante?																
Objeto de Estudio 2.- El proceso administrativo de elaboración y ejecución de una estrategia.																
Objeto de estudio 3.- Evaluar el ambiente externo de una empresa.																
Examen parcial 1																
Objeto de estudio 4: Evaluar los recursos y la posición competitiva de una empresa.																
Objeto de Estudio 5.- Cinco estrategias competitivas genéricas.																
Objeto de estudio 6.- Cómo complementar la estrategia competitiva.																
Objeto de estudio 7.-																

