



Maestría en Alta Dirección

Actividades académicas obligatorias comunes

Dimensión Humana y Procesos de Cambio

	UNIVERSIDAD NACIONAL AUTÓNOMA DE MÉXICO PROGRAMA DE POSGRADO EN CIENCIAS DE LA ADMINISTRACIÓN MAESTRÍA EN ALTA DIRECCIÓN	
---	---	---

Programa de Actividad Académica: Dimensión Humana y Procesos de Cambio

Clave: 77004	Semestre: 1°	No. Créditos: 6	Campo de conocimiento: Administración Financiera, Procesos de Negocio, Desarrollo Organizacional y Personal e Instituciones de Educación Media Superior y Superior		
Modalidad:	Curso (x) Taller () Lab () Sem ()	Tipo	T (X)	P ()	T/P ()
Carácter:	Obligatorio (x) Optativo () Obligatorio E () Optativo E ()	Horas			
Duración del programa: 16 semanas		Semana	Semestre		
		Teóricas: 3	Teóricas: 48		
		Prácticas: 0	Prácticas: 0		
		Total: 3	Total: 48		

Seriación	
Ninguna (X)	
Obligatoria ()	
Actividad académica antecedente	Ninguna
Actividad académica subsecuente:	Ninguna
Indicativa ()	
Actividad académica antecedente	Ninguna
Actividad académica subsecuente:	Ninguna
Objetivo general:	
<p>Desarrollar organizacionalmente como filosofía de dirección, lo que le permitirá analizar e identificar los factores que originan y definen el cambio dentro de las organizaciones. Así como desarrollar estrategias de cambio planeado y aplicar técnicas de intervención. Distinguir las diferentes motivaciones que mueven a la persona dentro de un grupo y organización en función de los objetivos personales y grupales.</p>	
Objetivos específicos:	
<p>Comprender los fundamentos teóricos del desarrollo organizacional. Identificar los elementos metodológicos necesarios para realizar estudios de desarrollo organizacional. Conocer los factores que originan la resistencia al cambio y las técnicas para superarlos. Aplicar las diversas técnicas y modelos de intervención grupal e individual.</p>	

Índice Temático			
Unidad	Tema	Horas	
		Teóricas	Prácticas
1	El cambio	3	0
2	Estudio clásico del desarrollo organizacional	6	0
3	Modelos de desarrollo organizacional	6	0
4	Metodología para estudios de desarrollo organizacional	9	0
5	Resistencia al cambio	3	0
6	El poder	3	0
7	Intervenciones individuales	6	0
8	Intervenciones grupales	6	0
9	Aplicación del desarrollo organizacional en la empresa mexicana	6	0
Total:		48	0

Contenido Temático	
Unidad	Tema y subtemas
1	El cambio 1.1. Concepto de cambio. 1.2. El cambio como una constante en todas las organizaciones. 1.3. Administración del cambio. 1.4. El cambio a mediano y largo plazo.
2	Estudio clásico del desarrollo organizacional 2.1. Historia. 2.2. Actualmente en México. 2.3. Términos básicos. 2.4. Planeación de sistemas abiertos y cultura organizacional. 2.5. Concepto de intervención.
3	Modelos de desarrollo organizacional 3.1. Modelos clásicos. 3.2. Modelos contemporáneos. 3.3. Tendencias.
4	Metodología para estudios de desarrollo organizacional 4.1. Decisión. 4.2. Planeación. 4.3. Recolección de los datos. 4.4. Diagnóstico. 4.5. Acción-implementación. 4.6. Apoyo. 4.7. Revisión de resultados. 4.8. Seguimiento.
5	Resistencia al cambio 5.1. Desarrollo conceptual. 5.2. La resistencia al cambio como fuerza restrictiva. 5.3. Técnicas de intervención y aprendizaje para superarla.
6	El poder 6.1. Dentro de la organización. 6.2. Alrededor de la organización. 6.3. El poder como fuerza restrictiva. 6.4. Redes de poder internas y la resistencia al cambio.
7	Intervenciones individuales 7.1. Bases de la conducta del individuo. 7.2. Valores, actitudes y satisfacción laboral. 7.3. Personalidad y emociones.

	7.4. Motivación. 7.5. Liderazgo.
8	Intervenciones grupales 8.1. Grupos y equipos. 8.2. Trabajo en equipo.
9	Aplicación del desarrollo organizacional en la empresa mexicana 9.1. Micro, pequeña y mediana empresa. 9.2. Análisis de casos; los grandes corporativos mexicanos.

Estrategias didácticas		Evaluación del aprendizaje	
Exposición	(x)	Exámenes parciales	()
Trabajo en equipo	(x)	Examen final	()
Lecturas	(x)	Trabajos y tareas	(x)
Trabajo de investigación	(x)	Presentación del tema	(x)
Prácticas (taller o laboratorio)	()	Participación en clase	(x)
Prácticas de campo	()	Asistencia	(x)
Aprendizaje por proyectos	()	Rúbricas	()
Aprendizaje basado en problemas	(x)	Portafolios	()
Casos de enseñanza	(x)	Listas de cotejo	()
Otras (especificar)	()	Otras (Trabajo Final)	()

Línea de investigación: Instituciones de Educación Media Superior y Superior	
Perfil profesiográfico	
Grado académico:	Maestría o Doctorado
Experiencia docente:	Profesor con grado académico mínimo de maestría, con experiencia docente y/o de investigación.
Otra característica:	Práctica profesional en el área correspondiente.

<p>Bibliografía básica</p> <p>French, Wendell L., (2000), <i>Organization development and transformation: managing effective change</i>, Boston: Irwin/McGraw-Hill.</p> <p>González de Cornejo, Aurelio, (2000), <i>Desarrollo organizacional: la alternativa para el siglo XXI</i>, México: Pac.</p> <p>Ivancevich, Jhon. M, (2002), <i>Organizational behavior and management</i>, Boston: McGraw-Hill.</p> <p>Luthans, Fred, (2001), <i>Organizational behavior</i>, Boston: McGraw-Hill.</p> <p>Van de Ven, Andrew H., (2001), <i>El viaje de la innovación: el desarrollo de una cultura organizacional para innovar</i>, México: Oxford University.</p>
<p>Bibliografía complementaria</p> <p>Auster, Ellen R., (2005), <i>Strategic organizational change: building change capabilities in your organization</i>, Basingstoke, Hampshire, Palgrave Macmillan.</p> <p>Ferrer Pérez, Luis, (2003), <i>Desarrollo organizacional</i>, México: Trillas.</p> <p>Kinicki, Angelo, (2003), <i>Comportamiento organizacional</i>, México: McGraw-Hill.</p>

Poole, Marshall Scott, (2000), *Organizational change and innovation processes: theory and methods for research*, New York: Oxford University.

Putnik, Goran D., (2007), *Adaptive technologies and business integration: social, managerial, and organizational dimensions*, Pennsylvania: Idea Group Reference.

Stephen, P. Robbins, (2004), *Comportamiento Organizacional*, México: Pearson Education.

Casos prácticos:

Harvard Business School, Massachusetts.

Secretaría de Economía, México.

UNAM, México.



UNIVERSIDAD NACIONAL AUTÓNOMA DE MÉXICO
PROGRAMA DE POSGRADO EN CIENCIAS DE LA ADMINISTRACIÓN
MAESTRÍA EN ALTA DIRECCIÓN



Programa de Actividad Académica: Economía de la Empresa y Macroeconomía

Clave: 77002	Semestre: 1	No. Créditos: 6	Campo de conocimiento: Administración Financiera, Procesos de Negocio, Desarrollo Organizacional y Personal e Instituciones de Educación Media Superior y Superior		
Modalidad:	Curso (x) Taller () Lab () Sem ()	Tipo	T (X)	P ()	T/P ()
Carácter:	Obligatorio (x) Optativo () Obligatorio E () Optativo E ()	Horas			
Duración del programa: 16 semanas		Semana	Semestre		
		Teóricas: 3	Teóricas: 48		
		Prácticas: 0	Prácticas: 0		
		Total: 3	Total: 48		

Seriación	
Ninguna (X)	
Obligatoria ()	
Actividad académica antecedente	Ninguna
Actividad académica subsecuente:	Ninguna
Indicativa ()	
Actividad académica antecedente	Ninguna
Actividad académica subsecuente:	Ninguna
Objetivo general:	
Capacitar al alumno para la comprensión teórica, el análisis cuantitativo y la toma de decisiones de las principales funciones de la empresa frente al consumidor, al mercado y la competencia, con un sentido del contexto macroeconómico estratégico en el que se desempeña.	
Objetivos específicos:	
Comprender los fundamentos teóricos de la economía empresarial. Identificar y analizar las variables micro y macroeconómicas que impactan a las organizaciones. Conocer y aplicar las diferentes herramientas de análisis para la realización de estudios económicos.	

Índice Temático			
Unidad	Tema	Horas	
		Teóricas	Prácticas
1	El entorno económico de la empresa	9	0
2	El consumo, la demanda de bienes y el comportamiento del consumidor	6	0
3	La empresa ante el mercado	6	0
4	Producción	6	0
5	Equilibrio general competitivo	3	0
6	Estructura de la competencia	6	0
7	Equilibrio en mercados múltiples	6	0
8	Teoría general de la inversión empresarial	6	0
Total:		48	0

Contenido Temático	
Unidad	Tema y subtemas
1	<p>El entorno económico de la empresa</p> <p>1.1. Variables microeconómicas y relaciones con agregados y variables macroeconómicas. (Política económica, monetaria, cambiaria).</p> <p>1.2. Definiciones, reglas y lineamientos generales vigentes.</p> <p>1.3. Economías de escala.</p>
2	<p>El consumo, la demanda de bienes y el comportamiento del consumidor</p> <p>2.1. Fundamentos conceptuales y empíricos y metodológicos de la teoría de demanda.</p> <p>2.2. Estimación de la demanda en condiciones de incertidumbre.</p> <p>2.3. Teorías clásicas de la utilidad.</p> <p>2.4. Funciones de demanda y de utilidad, curvas de demanda-precio, y de demanda-renta y sus elasticidades.</p> <p>2.5. Teorías sobre las preferencias del consumidor.</p> <p>2.6. Curvas y superficies de indiferencia y superficie de utilidad de Pareto.</p>
3	<p>La empresa ante el mercado</p> <p>3.1. Las empresas comerciales y de servicios como productoras.</p> <p>3.2. Teoría de la oferta y la demanda no lineales.</p> <p>3.3. Intercambio competitivo, competencia perfecta, equilibrio competitivo.</p> <p>3.4. Tipos de equilibrio; su estabilidad e inestabilidad.</p> <p>3.5. La estructura de mercado y la teoría de los precios.</p> <p>3.6. Adaptaciones de oferta y precios: modelo dinámico de la telaraña, estabilidad de su equilibrio, y otros modelos.</p> <p>3.7. Estrategias de producción y elección de utilidades.</p> <p>3.8. La empresa competitiva con maximización de ganancias y otros objetivos alternativos.</p>
4	<p>Producción</p> <p>4.1. Los factores y funciones clásicas de producción.</p> <p>4.2. Óptimo económico vs máximo técnico en la producción.</p> <p>4.3. La competencia y los rendimientos a escala.</p> <p>4.4. Dualidad entre las funciones de producción y de costo.</p> <p>4.5. Cambio de productividad por cambio tecnológico; efecto sobre los óptimos.</p>
5	<p>Equilibrio general competitivo</p> <p>5.1. Óptimo en la producción y oferta competitiva perfecta.</p> <p>5.2. Factores y funciones de demanda y oferta.</p>
6	<p>Estructura de la competencia</p> <p>6.1. Competencia monopolística imperfecta; políticas óptimas varias.</p> <p>6.2. Duopolio, oligopolio y monopolio bilateral.</p> <p>6.3. Solución cuasicompetitiva.</p> <p>6.4. Duopolio y oligopolio.</p> <p>6.5. Elementos de teoría de juegos en las decisiones competitivas de producción y ventas.</p>
7	Equilibrio en mercados múltiples

	7.1. Existencia y unicidad del equilibrio. 7.2. Estabilidad estática y dinámica del equilibrio. 7.3. Modelo de insumo-producto relativo a la demanda.
8	Teoría general de la inversión empresarial 8.1. Programación de las inversiones. 8.2. Selección de mezclas de financiación con mínimo de una función objetivo. 8.3. Modelos evolutivos de insumo-producto continuo.

Estrategias didácticas		Evaluación del aprendizaje	
Exposición	(x)	Exámenes parciales	()
Trabajo en equipo	(x)	Examen final	()
Lecturas	(x)	Trabajos y tareas	(x)
Trabajo de investigación	(x)	Presentación del tema	(x)
Prácticas (taller o laboratorio)	()	Participación en clase	(x)
Prácticas de campo	()	Asistencia	(x)
Aprendizaje por proyectos	()	Rúbricas	()
Aprendizaje basado en problemas	(x)	Portafolios	()
Casos de enseñanza	(x)	Listas de cotejo	()
Otras (especificar)	()	Otras (Trabajo Final)	()

Línea de investigación: Instituciones de Educación Media Superior y Superior	
Perfil profesiográfico	
Grado académico:	Maestría o Doctorado
Experiencia docente:	Profesor con grado académico mínimo de maestría, con experiencia docente y/o de investigación.
Otra característica:	Práctica profesional en el área correspondiente.

<p>Bibliografía básica Browning, Edgar K., (2003), <i>Microeconomía: teoría y aplicaciones</i>, México: Continental. Castillo Clavero; Ana María, (2003), <i>Introducción a la economía y administración de empresas</i>, Madrid: Pirámide. Hall, Robert Ernest, (2005), <i>Microeconomía: principios y aplicaciones</i>, México: Thomson. Keat, Paul G., (2004), <i>Economía de empresa</i>, México: Pearson Education. Mungaray Lagarda, Alejandro, (2004), <i>Lecciones de microeconomía para microempresas</i>, México: Universidad Autónoma de Baja California. Parkin, Michael, (2006), <i>Microeconomía</i>, México: Pearson Education. Salazar Cantú, José de Jesús, (2006), <i>Macroeconomía con aplicaciones a Latinoamérica</i>, México: McGraw-Hill Interamericana. Samuelson, Paul A., (2001), <i>Macroeconomía con aplicaciones a México</i>, México: McGraw-Hill.</p> <p>Bibliografía complementaria Berumen, Sergio A., (2006), <i>Introducción a la economía internacional</i>, Madrid: Esic. Cerón, Salvador, (1999), <i>Análisis económico y dirección de empresa</i>, México: Universidad Panamericana IPADE. D'Alessio Ipinza, Fernando, (2002), <i>Administración y dirección de la producción: enfoque estratégico y de calidad</i>, Colombia: Pearson Education.</p>

Hillier, Frederick S., (2007), *Investigación de operaciones*, México: McGraw-Hill Interamericana.

Keat, Paul G., (2004), *Economía de empresa*, México: Pearson Education.



Pedret, Ramón, (2000), *Herramientas para segmentar mercados y posicionar productos: análisis de información cuantitativa en investigación comercial*, Barcelona: Deusto.

Casos prácticos:

Harvard Business School, Massachusetts.

Secretaría de Economía, México.

UNAM, México.

	<p>UNIVERSIDAD NACIONAL AUTÓNOMA DE MÉXICO PROGRAMA DE POSGRADO EN CIENCIAS DE LA ADMINISTRACIÓN MAESTRÍA EN ALTA DIRECCIÓN</p>	
---	--	---

Programa de Actividad Académica: Ética, Responsabilidad Social y Liderazgo

Clave: 77001	Semestre: 1	No. Créditos: 6	Campo de conocimiento: Administración Financiera, Procesos de Negocio, Desarrollo Organizacional y Personal e Instituciones de Educación Media Superior y Superior		
Modalidad:	Curso (x) Taller () Lab () Sem ()	Tipo	T (X)	P ()	T/P ()
Carácter:	Obligatorio (x) Optativo () Obligatorio E () Optativo E ()	Horas			
Duración del programa: 16 semanas		Semana	Semestre		
		Teóricas: 3	Teóricas: 48		
		Prácticas: 0	Prácticas: 0		
		Total: 3	Total: 48		

Seriación	
Ninguna (X)	
Obligatoria ()	
Actividad académica antecedente	Ninguna
Actividad académica subsecuente:	Ninguna
Indicativa ()	
Actividad académica antecedente	Ninguna
Actividad académica subsecuente:	Ninguna
Objetivo general:	
<p>Conocer, aplicar y manejar los diversos fundamentos éticos, así como su impacto en la empresa y en las decisiones que se tomen a nivel directivo, del mismo modo, podrá identificar y verificar su aplicación de los diversos tipos de liderazgo que pueden asumir los directores y colaboradores dentro de la organización.</p>	
Objetivos específicos:	
<p>Conocer los fundamentos generales de la ética y la responsabilidad social, así como el marco ético que rige a la dirección de empresas. Comprender la importancia y necesidad de actuar dentro del marco de la ética en la empresa así como en la sociedad de la cual forma parte. Adquirir un compromiso de responsabilidad social, dentro y fuera de las organizaciones.</p>	

Índice Temático			
Unidad	Tema	Horas	
		Teóricas	Prácticas
1	Fundamentos generales de la ética	9	0
2	Importancia y necesidad de la ética social en las organizaciones	9	0
3	Derechos humanos y responsabilidad social corporativa (RSC)	9	0
4	Estudio ético de casos nacionales e internacionales de responsabilidad social corporativa	12	0
5	Liderazgo, teorías y mecanismos de dirección	9	0
Total:		48	0

Contenido Temático	
Unidad	Tema y subtemas
1	Fundamentos generales de la ética 1.1. Importancia y necesidad de la ética. 1.2. Conceptos y principios éticos fundamentales 1.2.1. La noción de valor en las distintas disciplinas. 1.2.2. Los valores morales y su clasificación. 1.2.3. La discusión sobre la existencia de valores universales. 1.2.4. La tolerancia, el respeto y la solidaridad en una sociedad democrática. 1.3. La responsabilidad moral en la dimensión social del ser humano.
2	Importancia y necesidad de la ética social en las organizaciones 2.1. Ética y responsabilidad social corporativa. 2.2. Códigos organizacionales de conducta y buenas prácticas.
3	Derechos humanos y responsabilidad social corporativa (RSC) 3.1. RSC y protección al ambiente. 3.2. RSC y respeto a los derechos humanos y laborables. 3.3. RSC y promoción de un clima laboral sano y seguro para los trabajadores. 3.4. RSC y contribución de las organizaciones a un desarrollo sostenido y sustentable de las comunidades donde operan.
4	Estudio ético de casos nacionales e internacionales de responsabilidad social corporativa 4.1. Ética y RSC en la administración y las finanzas. 4.2. Ética y RSC en la mercadotecnia. 4.3. Comercio internacional, responsabilidad corporativa y derechos humanos. 4.4. Las organizaciones no gubernamentales y la responsabilidad social.
5	Liderazgo, teorías y mecanismos de dirección 5.1. Estilos de mando. 5.2. Estilos de resolución de conflictos. 5.3. Estilos de convivencia.

Estrategias didácticas		Evaluación del aprendizaje	
Exposición	(x)	Exámenes parciales	()
Trabajo en equipo	(x)	Examen final	()
Lecturas	(x)	Trabajos y tareas	(x)
Trabajo de investigación	(x)	Presentación del tema	(x)
Prácticas (taller o laboratorio)	()	Participación en clase	(x)
Prácticas de campo	()	Asistencia	(x)
Aprendizaje por proyectos	()	Rúbricas	()
Aprendizaje basado en problemas	(x)	Portafolios	()



Casos de enseñanza	(x)	Listas de cotejo	()
Otras (especificar)	()	Otras (Trabajo Final)	()

Línea de investigación: Instituciones de Educación Media Superior y Superior	
Perfil profesiográfico	
Grado académico:	Maestría o Doctorado
Experiencia docente:	Profesor con grado académico mínimo de maestría, con experiencia docente y/o de investigación.
Otra característica:	Práctica profesional en el área correspondiente.

<p>Bibliografía básica</p> <p>Prat, Margarita y Antonio M. Arroyo, (2004), <i>40 Casos de ética empresarial</i>, Madrid, Universidad Pontificia Comillas, ICAI, ICADE.</p> <p>De la Isla, Carlos, (2000), <i>Ética y empresa</i>, México: FCE.</p> <p>Frederick, Robert, (2001), <i>Ética en los negocios: Aplicación a problemas específicos en las organizaciones de negocios</i>, México: Oxford University Press.</p> <p>Galeano, Eduardo, (2007), <i>Patas Arriba. "La Escuela del Mundo al Revés"</i>, México: Siglo XXI.</p> <p>Ibarra Ramos, Ramón, (2002), <i>Código de ética</i>, México: Trillas.</p> <p>Lara, María Luisa, (2000), <i>Filantropía Empresarial</i>, México: Pax.</p> <p>Lozano Aguilar, José Félix, (2004), <i>Códigos Éticos para el Mundo Empresarial</i>, España: Trotta.</p> <p>Pérez Valera, Víctor Manuel, (2002), <i>Deontología Jurídica. La ética en el ser y el quehacer del abogado</i>, México: Oxford University Press.</p> <p>Stephen, P. Robbins, (2004), <i>Comportamiento Organizacional</i>, México: Pearson Education.</p> <p>Bibliografía complementaria</p> <p>Elegido, Juan Manuel, (1998), <i>Fundamentos de ética de empresa: La perspectiva de un país en desarrollo</i>, México: IPADE: Universidad Panamericana.</p> <p>Fernández López; Javier, (2002), <i>Gestionar la confianza</i>, Madrid: Prentice Hall.</p> <p>García Marzá, Domingo, (2004), <i>Ética empresarial</i>, Madrid: Trotta.</p> <p>See, Henri, (2000), <i>Orígenes del capitalismo moderno</i>, México: FCE.</p> <p>Senge, Peter, (2005), <i>La Quinta disciplina en la práctica: cómo construir una organización inteligente</i>, México: Granica.</p> <p>Werner, Klaus, (2006), <i>El libro negro de las marcas</i>, México: Random House Mondadori.</p> <p>Casos prácticos¹:</p> <p>Harvard Business School, Massachusetts.</p> <p>Secretaría de Economía, México.</p> <p>UNAM, México.</p>

¹ Se seleccionarán en función de las circunstancias socioeconómicas que sucedan en el momento de impartir la actividad académica.

Métodos Cuantitativos y Finanzas

	UNIVERSIDAD NACIONAL AUTÓNOMA DE MÉXICO PROGRAMA DE POSGRADO EN CIENCIAS DE LA ADMINISTRACIÓN MAESTRÍA EN ALTA DIRECCIÓN	
---	---	---

Programa de Actividad Académica: Métodos Cuantitativos y Finanzas					
Clave: 77003	Semestre: 1°	No. Créditos: 6	Campo de conocimiento: Administración Financiera, Procesos de Negocio, Desarrollo Organizacional y Personal e Instituciones de Educación Media Superior y Superior		
Modalidad:	Curso (x) Taller () Lab () Sem ()	Tipo	T (X)	P ()	T/P ()
Carácter:	Obligatorio (x) Optativo () Obligatorio E () Optativo E ()	Horas			
Duración del programa: 16 semanas		Semana	Semestre		
		Teóricas: 3	Teóricas: 48		
		Prácticas: 0	Prácticas: 0		
		Total: 3	Total: 48		

Seriación	
Ninguna (X)	
Obligatoria ()	
Actividad académica antecedente	Ninguna
Actividad académica subsecuente:	Ninguna
Indicativa ()	
Actividad académica antecedente	Ninguna
Actividad académica subsecuente:	Ninguna
Objetivo general:	
<p>Aplicar los diversos tópicos matemáticos en el planteamiento y resolución de problemas del ámbito empresarial, a través del uso e interpretación de modelos que permitirán sustentar y apoyar el proceso de la toma de decisiones, y aplicar los conceptos de la contabilidad y finanzas, que le ayuden a cumplir los principios que esta técnica impone al reflejo de los diversos estados financieros.</p>	
Objetivos específicos:	
<p>Aprender y aplicar los principios de la estadística en la resolución de problemas administrativos y económicos. Comprender y utilizar el concepto del valor del dinero a través del tiempo. Plantear y resolver problemas mediante la formulación de modelos matemáticos, basándose en la metodología de la investigación de operaciones. Aplicar y utilizar los conceptos inherentes a un estado de resultados, un balance general, una cuenta de orígenes y aplicaciones y el concepto de flujo de efectivo.</p>	

Índice Temático			
Unidad	Tema	Horas	
		Teóricas	Prácticas
1	Estadística descriptiva	6	0
2	Teoría de la probabilidad	6	0
3	Estadística inferencial	6	0
4	Matemáticas financieras	9	0
5	Contabilidad	9	0
6	Sistemas de contabilidad y su normatividad	12	0
Total:		48	0

Contenido Temático	
Unidad	Tema y subtemas
1	Estadística descriptiva 1.1. Procesamiento estadístico de datos (recolección, organización, presentación, análisis e interpretación de datos). 1.2. Distribuciones de frecuencias. 1.3. Presentación gráfica. 1.4. Medidas de tendencia central. 1.5. Medidas de dispersión.
2	Teoría de la probabilidad 2.1. Introducción. 2.2. Variables aleatorias y distribuciones de probabilidad 2.2.1. Variable aleatoria. 2.2.2. Clasificación de las variables aleatorias. 2.2.3. Distribuciones de probabilidad discretas. 2.2.4. Distribuciones de probabilidad continuas. 2.2.5. Esperanza matemática. 2.2.6. Momentos con respecto al origen y a la media. 2.2.7. La varianza de una variable aleatoria.
3	Estadística inferencial 3.1. Pruebas de hipótesis 3.1.1. Introducción. 3.1.2. Prueba de hipótesis para la media de la población y las proporciones. 3.1.3. Prueba de hipótesis para la diferencia entre dos medias o dos proporciones. 3.2.- Regresión lineal y correlación 3.2.1. Análisis de regresión lineal simple. 3.2.2. Regresión múltiple. 3.3. Métodos no paramétricos 3.3.1. Aplicaciones de ji cuadrada. 3.3.2. Otras pruebas no paramétricas. 3.4. Análisis de varianza. 3.5. Control estadístico de la calidad.
4	Matemáticas financieras 4.1. Interés compuesto. 4.2. Ecuaciones de valores equivalentes. 4.3. Anualidades simples. 4.4. Anualidades generales. 4.5. Tablas y fondos de amortización. 4.6. Índices (INPC, IPC). 4.7. Valor del dinero en el tiempo.
5	Contabilidad 5.1. Estudio de los elementos básicos de los estados financieros. 5.2. Partida doble y la cuenta.

	5.3. Esquema básico de la normatividad nacional e internacional. 5.4. Estudio y aplicación de la estructura de las normas de información financiera.
6	Sistemas de contabilidad y su normatividad 6.1. Sistemas de control de bienes. 6.2. Manejo y control de servicios. 6.3. Normas de información financiera relativas a los estados financieros. 6.4. Normas de información financiera aplicadas a partidas o conceptos específicos. 6.5. Análisis de estados financieros y planeación estratégica.

Estrategias didácticas		Evaluación del aprendizaje	
Exposición	(x)	Exámenes parciales	()
Trabajo en equipo	(x)	Examen final	()
Lecturas	(x)	Trabajos y tareas	(x)
Trabajo de investigación	(x)	Presentación del tema	(x)
Prácticas (taller o laboratorio)	()	Participación en clase	(x)
Prácticas de campo	()	Asistencia	(x)
Aprendizaje por proyectos	()	Rúbricas	()
Aprendizaje basado en problemas	(x)	Portafolios	()
Casos de enseñanza	(x)	Listas de cotejo	()
Otras (especificar)	()	Otras (Trabajo Final)	()

Línea de investigación: Instituciones de Educación Media Superior y Superior	
Perfil profesiográfico	
Grado académico:	Maestría o Doctorado
Experiencia docente:	Profesor con grado académico mínimo de maestría, con experiencia docente y/o de investigación.
Otra característica:	Práctica profesional en el área correspondiente.

<p>Bibliografía básica</p> <p>Arya, Jagdish C., (2002), <i>Matemáticas aplicadas a la administración y a la economía</i>, México: Pearson Education.</p> <p>Berenson, L. Mark, Levine M. David, Krehbiel C. Timothy, (2001), <i>Estadística para Administración</i>, México: Pearson Education.</p> <p>Bodie, Z., Merton R., (2006), <i>Finanzas</i>, México: Pearson Education.</p> <p>Consejo para las Investigación y Desarrollo de Normas de Información Financiera, A. C. e Instituto Mexicano de Contadores Públicos, A. C. <i>Normas de Información Financiera (NIF)</i>, México: IMCP, Vigente.</p> <p>Díaz Mata, Alfredo, (2005), <i>Matemáticas aplicadas a negocios y economía</i>, México: Pearson Education.</p> <p>Douglas, A. Lind, William G. Marchal, Samuel A. Wathen, (2005), <i>Estadística Aplicada a los Negocios y a la Economía</i>, México: McGraw-Hill.</p> <p>Freund, J.E., (2000), <i>Estadística matemática con aplicaciones</i>, México: Pearson Education.</p> <p>Guajardo Cantú, Gerardo, (2002), <i>Contabilidad Financiera</i>, México: McGraw-Hill.</p> <p>Guajardo Cantú, Gerardo, (1999), <i>Contabilidad un enfoque para usuarios</i>, México: McGraw-Hill.</p> <p>Instituto Mexicano de Contadores Públicos, A.C. <i>Principios de contabilidad generalmente aceptados</i>. México: IMCP, Vigente.</p>
--

Instituto Mexicano de Contadores Públicos, A.C. *Normas Internacionales de Información Financiera*. México: IMCP, Vigente.
Romero López, Javier, (2001), *Principios de Contabilidad*, México: McGraw-Hill.
Vidaurri Aguirre, Héctor Manuel, (2004), *Matemáticas Financieras*, México: Thomson.
Villalobos, José Luis, (2001), *Matemáticas Financieras*, México: Prentice Hall.



Bibliografía complementaria

Anderson, R. David, Sweeney J. Dennis, Williams A. Thomas, (2003), *Estadística para Administración y Economía*, México: Thomson.
Elizondo López, Arturo, (2003), *Contabilidad Básica 1*, México: Thomson.
Elizondo López, Arturo, (2003), *Proceso Contable 1*, México: Thomson.
Guerrero, Víctor Manuel, (2003), *Análisis estadístico de series de tiempo económicas*, México: Thomson.
Hillier, Frederick S., (2002), *Métodos cuantitativos para administradores: un enfoque de modelos y casos de estudio*, México: McGraw-Hill.
Instituto Mexicano de Contadores Públicos. A.C. Comisión de Estatutos. *Estatutos y reglamentos*. Vigentes, México: IMCP.
Instituto Mexicano de Contadores Públicos, A.C. Comisión de orientación a la práctica independiente. *Tendencia en la presentación de los estados financieros*. México: IMCP.
Philippatos, G., (1979), *Fundamentos de administración financiera: textos y casos*, México: McGraw-Hill.

Casos prácticos:

Harvard Business School, Massachusetts.
Secretaría de Economía, México.
UNAM, México.

Seminario Integrador de la Maestría en Alta Dirección

	UNIVERSIDAD NACIONAL AUTÓNOMA DE MÉXICO PROGRAMA DE POSGRADO EN CIENCIAS DE LA ADMINISTRACIÓN MAESTRÍA EN ALTA DIRECCIÓN	
---	---	---

Programa de Actividad Académica: Seminario Integrador para la Maestría en Alta Dirección

Clave: 77005	Semestre: 3°	No. Créditos: 6	Campo de conocimiento: Administración Financiera, Procesos de Negocio, Desarrollo Organizacional y Personal e Instituciones de Educación Media Superior y Superior		
Modalidad:	Curso () Taller () Lab () Sem (x)	Tipo	T ()	P (x)	T/P ()
Carácter:	Obligatorio (x) Optativo () Obligatorio E () Optativo E ()	Horas			
Duración del programa: 16 semanas		Semana	Semestre		
		Teóricas: 0	Teóricas: 0		
		Prácticas: *	Prácticas: *		
		Total: 0	Total: 0		

Seriación	
Ninguna (X)	
Obligatoria ()	
Actividad académica antecedente	Ninguna
Actividad académica subsecuente:	Ninguna
Indicativa ()	
Actividad académica antecedente	Ninguna
Actividad académica subsecuente:	Ninguna
Objetivo general:	
El alumno desarrollará y concluirá su Tesis o el Trabajo Escrito Profesional para la obtención del grado correspondiente. Asimismo, en caso de Examen General de Conocimientos el alumno será capaz de integrar los conocimientos adquiridos para la presentación del mismo.	
Objetivos específicos:	
El alumno será capaz de integrar los conocimientos, habilidades y actitudes adquiridos durante sus estudios de maestría en la modalidad de graduación seleccionada.	

Índice Temático			
Unidad	Tema	Horas	
		Teóricas	Prácticas
1	El contenido del curso y la forma de trabajo se llevará a cabo de común acuerdo entre el tutor y el alumno bajo la modalidad de asesoría. Estas actividades se desarrollarán mediante un cronograma que permitirá al alumno realizar su trabajo y al tutor darle seguimiento. Dichas actividades incluirán: Selección definitiva del tema. Diseño de la Investigación y/o del Trabajo Escrito Profesional. Desarrollo del proyecto. Retroalimentación de observaciones y experiencias. Presentación del trabajo final para su evaluación.	0	0
Total:		0	0



Línea de investigación: Instituciones de Educación Media Superior y Superior	
Perfil profesiográfico	
Grado académico:	Maestría o Doctorado
Experiencia docente:	Profesor con grado académico mínimo de maestría, con experiencia docente y/o de investigación.
Otra característica:	Práctica profesional en el área correspondiente.

Bibliografía básica La que se requiera para cada trabajo específico.
Bibliografía complementaria La que se requiera para cada trabajo específico.
Recursos electrónicos La que se requiera para cada trabajo específico.

Maestría en Alta Dirección

Procesos de Negocio

Actividades académicas optativas de elección

 <p style="text-align: center;">UNIVERSIDAD NACIONAL AUTÓNOMA DE MÉXICO PROGRAMA DE POSGRADO EN CIENCIAS DE LA ADMINISTRACIÓN MAESTRÍA EN ALTA DIRECCIÓN PROGRAMA DE ACTIVIDAD ACADÉMICA</p> 			
Denominación: Dirección de Operaciones			
Clave: 77013	Semestre: 2 ó 3	Campo de conocimiento: Procesos de Negocio	No. Créditos: 6
Carácter: Obligatoria () Optativa (X) De elección ()	Horas		Horas por semana
Tipo: Teórica	Teoría:	Práctica:	3
	3	0	
Modalidad: Curso	Duración del programa: Semestral		

Seriación: No (X) Sí () Obligatoria () Indicativa ()
Actividad académica subsecuente: Ninguna
Actividad académica antecedente: Ninguna
Objetivo general: Establecer las estrategias, políticas, planes y programas, y tomar las decisiones sobre la logística de las operaciones para la transformación óptima de insumos y del manejo de bienes y servicios, a fin de satisfacer a los consumidores con los atributos y la calidad requeridos en el entorno competitivo.
Objetivos específicos: Comprender los fundamentos de la dirección de operaciones. Analizar las características esenciales de la cadena de suministros, con el objeto de establecer una adecuada planeación de operaciones. Identificar las necesidades básicas para el adecuado diseño y distribución de la planta e instalaciones.

Índice Temático			
Unidad	Tema	Horas	
		Teóricas	Prácticas
1	Naturaleza y contexto de la administración de operaciones	6	0
2	Planeación de las operaciones y la logística	9	0
3	Planeación y diseño de los sistemas y procesos	12	0
4	Operación de los sistemas productivos	12	0
5	Administración de operaciones y logística	9	0
Total de horas:		48	0
Suma total de horas:		48	

Contenido Temático	
Unidad	Tema y subtemas
1	Naturaleza y contexto de la administración de operaciones 1.1.- Introducción a las operaciones y la competitividad. 1.2.- Estrategias de operación y competitividad. 1.3.- Organización de la función de operaciones. 1.4.- Administración de proyectos.
2	Planeación de las operaciones y la logística 2.1.- Administración de infraestructura estratégica. 2.2.- Desarrollo y administración de cadena de suministros. 2.3.- Administración de la logística de las operaciones. 2.4.- Aspectos de su globalización.

	2.5.- Administración del riesgo de las operaciones.
3	Planeación y diseño de los sistemas y procesos 3.1.- Planeación y procesos para productos y servicios. 3.2.- Tecnología de operaciones y optimización de la capacidad instalada. 3.3.- Localización y distribución de planta e instalaciones. 3.4.- Productividad y diseño del trabajo y administración de la calidad. 3.5.- Control total de la calidad. 3.6.- La infraestructura de operaciones de alto desempeño.
4	Operación de los sistemas productivos 4.1.- Planeación y programación de operaciones. 4.2.- Administración de inventarios sistemas justo a tiempo, MPR, SAP, R/3. 4.3.- Planeación de requerimientos de materiales. 4.4.- Modelos de optimización de líneas de espera: mejoramiento de los servicios. 4.5.- Administración de proyectos.
5	Administración de operaciones y logística 5.1.- Administración de la información de las operaciones. 5.2.- Medición y evaluación del desempeño. 5.3.- Estructuras organizacionales para la operación y la logística. 5.4.- Implicaciones de las operaciones y la logística globalizada. 5.5.- Reingeniería de procesos de las operaciones.

Bibliografía básica:

Ballou, Ronald H., (2004), *Logística: administración de la cadena de suministro*, México: Pearson Education.
Chase, Richard B. and Aquilano Nicholas J., (2007), *Production Operations Management: Manufacturing and Services*, USA: McGraw-Hill.
D' Alessio Ipinza, Fernando, (2002), *Administración y dirección de la producción: enfoque estratégico y de calidad*, Colombia: Pearson Education.
Davis, Mark M., (2001), *Fundamentos de dirección de operaciones*, Madrid: McGraw-Hill Interamericana.
Gaither, Norman, (2000), *Administración de producción y operaciones*, México: Thomson.
Heizer, Jay H., (2001), *Dirección de la producción: decisiones estratégicas*, México: Prentice Hall.
Kaplan, Robert S., (2002), *El cuadro de mando integral*, Barcelona: Gestión 2000.
Serra de la Figuera, Daniel, (2005), *Logística empresarial en el nuevo milenio*, Barcelona: Gestión 2000.

Bibliografía complementaria:



Anthony, Robert N., (2003), *Sistemas de control de gestión*, Madrid: McGraw-Hill Interamericana.
Cuatrecasas Arbos, Luis, (2000), *TPM: hacia la competitividad a través de la eficiencia de los equipos de producción*, Barcelona: Gestión 2000.
Ginebra, Joan, (1994), *Dirección por servicio*, México, McGraw-Hill.
Soret de los Santos, Ignacio, (2004), *Logística comercial y empresarial*, Madrid: ESIC, 2004, (4ª ed.), 413 pp.

Casos prácticos:

Harvard Business School, Massachusetts.
Secretaría de Economía, México.
UNAM, México.

<p>Sugerencias didácticas</p> <p>Exposición oral (x)</p> <p>Exposición audiovisual (x)</p> <p>Ejercicios dentro de clase (x)</p> <p>Ejercicios fuera del aula (x)</p> <p>Seminarios (x)</p> <p>Lecturas obligatorias (x)</p> <p>Trabajo de investigación (x)</p> <p>Prácticas de taller o laboratorio ()</p> <p>Prácticas de campo ()</p> <p>Otras: Estudio de Casos/ Conferencias Magistrales _____ (x)</p>	<p>Mecanismos de evaluación del aprendizaje de los alumnos</p> <p>Exámenes parciales (x)</p> <p>Examen final escrito (x)</p> <p>Trabajos y tareas fuera del aula (x)</p> <p>Exposición de seminarios por los alumnos (x)</p> <p>Participación en clase (x)</p> <p>Asistencia (x)</p> <p>Seminario (x)</p> <p>Otras: Retroalimentación directa/ Entrevista con el Tutor asignado con periodicidad trimestral _____ (x)</p>
<p>Perfil profesiográfico:</p> <p>Maestro o Doctor en el área correspondiente con experiencia docente, en la práctica profesional directiva y deberá estar capacitado en el manejo del método del caso. Así mismo, de preferencia con experiencia en investigación.</p>	

Comercialización

 <div style="text-align: center;"> <p>UNIVERSIDAD NACIONAL AUTÓNOMA DE MÉXICO PROGRAMA DE POSGRADO EN CIENCIAS DE LA ADMINISTRACIÓN MAESTRÍA EN ALTA DIRECCIÓN PROGRAMA DE ACTIVIDAD ACADÉMICA</p> </div> 			
Denominación: Comercialización			
Clave: 77014	Semestre: 2 ó 3	Campo de conocimiento: Procesos de Negocio	No. Créditos: 6
Carácter: Obligatoria () Optativa (X) De elección ()	Horas		Horas al semestre
Tipo: Teórica	Teoría:	Práctica:	Horas por semana
	3	0	
Modalidad: Curso		Duración del programa: Semestral	

Seriación: No (X) Sí () Obligatoria () Indicativa ()
Actividad académica subsecuente: Ninguna
Actividad académica antecedente: Ninguna
Objetivo general: Tener los conocimientos teórico-prácticos de las técnicas y métodos más avanzados en el manejo de actividades de comercialización. Además colaborar en el desarrollo de habilidades para la toma de decisiones que contribuyan al incremento sustancial de la participación competitiva de la empresa en los mercados nacionales e internacionales.
Objetivos específicos: Analizar las condiciones del entorno comercial existente como base para la determinación y segmentación del mercado. Comprender el comportamiento del consumidor previo al establecimiento e implementación de estrategias comerciales. Identificar la importancia de los sistemas de información de mercados para el proceso de toma de decisiones.

Índice Temático			
Unidad	Tema	Horas	
		Teóricas	Prácticas
1	Análisis del entorno comercial	6	0
2	Planeación de mercados	6	0
3	Segmentación de mercados	3	0
4	Conducta del comprador	3	0
5	Sistemas de información de mercados	6	0
6	La estrategia de desarrollo de productos, marcas y envases	6	0
7	Estrategias de intermediación y distribución	6	0
8	Estrategias de precios y descuentos	3	0
9	Estrategias de promoción y publicidad	6	0
10	Control y evaluación de comercialización	3	0
Total de horas:		48	0
Suma total de horas:		48	

Contenido Temático	
Unidad	Tema
1	<p>Análisis del entorno comercial</p> <p>1.1.- El enfoque moderno de comercialización.</p> <p>1.2.- Análisis de tendencias macroeconómicas del mercado.</p> <p>1.3.- Situación competitiva de los mercados.</p>

	1.4.- Estructura demográfica de mercados.
2	Planeación de mercados 2.1.- Bases y fundamentos de planeación. 2.2.- Modelo de planeación comercial. 2.3.- Detección de mercados potenciales.
3	Segmentación de mercados 3.1.- Fundamentos de segmentación. 3.2.- La selección de nichos de mercado. 3.3.- Evaluación de tendencias de compradores. 3.4.- Técnicas de apoyo a la cuantificación de mercados.
4	Conducta del comprador 4.1.- Proceso psicológico del comportamiento. 4.2.- Modelos de posicionamiento comercial. 4.3.- El proceso de adopción colectiva. 4.4.- Factores culturales que influyen en los mercados.
5	Sistemas de información de mercados 5.1.- Definición y tipos de investigación. 5.2.- Los sistemas de información y el proceso de toma de decisiones. 5.3.- Metodología de investigación de mercados. 5.4.- La información del mercado y su impacto en el desarrollo comercial de la empresa.
6	La estrategia de desarrollo de productos, marcas y envases 6.1.- Esquema de organización de productos. 6.2.- El ciclo de vida de los productos. 6.3.- La estrategia de diseño de líneas de productos. 6.4.- El manejo de marcas y su impacto comercial. 6.5.- Creación y diseño de envases, empaques y etiquetas.
7	Estrategias de intermediación y distribución 7.1.- Naturaleza del sistema de intermediación. 7.2.- Distintos tipos de minoristas y detallistas. 7.3.- Actividades de los distribuidores. 7.4.- Estrategias en el desarrollo de canales de distribución. 7.5.- La transportación física de productos.
8	Estrategias de precios y descuentos 8.1.- Conceptos generales de precios. 8.2.- La teoría económica del precio. 8.3.- Métodos de fijación de precios.
9	Estrategias de promoción y publicidad 9.1.- La creatividad de diseño promocional. 9.2.- Estrategias de selección de medios. 9.3.- Evaluación de campañas publicitarias.
10	Control y evaluación de comercialización 10.1.- Requisitos de control comercial. 10.2.- Sistemas de operación.

Bibliografía básica:

Arens, William, (2000), *Publicidad*, México: McGraw-Hill.
Galindo Cota, Ramses, (2007), *Mercadotecnia: evolución, función y clasificación: comportamiento del consumidor*, México: Trillas.
Hair, Joseph F., (2004), *Investigación de mercados en un ambiente de información cambiante*, México: McGraw-Hill.
Hawkins, Dell., (2004), *Comportamiento del consumidor: construyendo estrategias de marketing*, México: McGraw-Hill.
Kotler, Phillip, (2002), *Dirección de Marketing: conceptos esenciales*, México: Pearson.
Kotler, Phillip, (2003), *Fundamentos de marketing*, México: Pearson Education.
Lamb, Charles, Hair, Joseph y McDaniel Carl, (2006), *Marketing*, México: Thomson.
Lovelock, Christopher H., (2004), *Administración de servicios: estrategias de marketing, operaciones y recursos humanos*, México: Pearson Education.

Stanton, William J., (2004), *Fundamentos de Marketing*, México, McGraw-Hill.

Bibliografía complementaria:

Cravens, W. David, (2003), *Strategic marketing*, Boston, McGraw-Hill/Irwin.

Fernández Valiñas, Ricardo, (2002), *Fundamentos de Mercadotecnia*, México: Thomson.

Fischer de la Vega, Laura, (2004), *Mercadotecnia*, México: McGraw-Hill.

Kotler, Phillip, (2003), *Los 80 conceptos esenciales de marketing: de la A a la Z*, Madrid: Pearson Education.

Lerma Kirchner, Alejandro E., (2004), *Mercadotecnia: el producto, el precio y sus estrategias*, México: Sistemas de información contable y administrativa computarizados.

Casos prácticos:

Harvard Business School, Massachusetts.

Secretaría de Economía, México.

UNAM, México.

Sugerencias didácticas

Exposición oral	(x)
Exposición audiovisual	(x)
Ejercicios dentro de clase	(x)
Ejercicios fuera del aula	(x)
Seminarios	(x)
Lecturas obligatorias	(x)
Trabajo de investigación	(x)
Prácticas de taller o laboratorio	()
Prácticas de campo	()
Otras: Estudio de Casos/ Conferencias	
Magistrales _____	(x)



Mecanismos de evaluación del aprendizaje de los alumnos

Exámenes parciales	(x)
Examen final escrito	(x)
Trabajos y tareas fuera del aula	(x)
Exposición de seminarios por los alumnos	(x)
Participación en clase	(x)
Asistencia	(x)
Seminario	(x)
Otras: Retroalimentación directa/ Entrevista con el Tutor asignado con periodicidad trimestral _____	(x)

Perfil profesiográfico:

Maestro o Doctor en el área correspondiente con experiencia docente, en la práctica profesional directiva y deberá estar capacitado en el manejo del método del caso. Así mismo, de preferencia con experiencia en investigación.

Simulación de Operaciones

		UNIVERSIDAD NACIONAL AUTÓNOMA DE MÉXICO PROGRAMA DE POSGRADO EN CIENCIAS DE LA ADMINISTRACIÓN MAESTRÍA EN ALTA DIRECCIÓN PROGRAMA DE ACTIVIDAD ACADÉMICA			
Denominación: Simulación de Operaciones					
Clave: 77015		Semestre: 2 ó 3		Campo de conocimiento: Procesos de Negocio	
No. Créditos: 6					
Carácter: Obligatoria () Optativa (X) De elección ()			Horas		Horas al semestre
Tipo: Teórica			Teoría:	Práctica:	Horas por semana
			3	0	
Modalidad: Curso			Duración del programa: Semestral		

Seriación: No (X) Sí () Obligatoria () Indicativa ()
Actividad académica subsecuente: Ninguna
Actividad académica antecedente: Ninguna
Objetivo general: Conocer y aplicar las diferentes técnicas de toma de decisiones y asignación de recursos.
Objetivos específicos: Aplicar diferentes conceptos de optimización de recursos, por medio de la simulación y estudio de casos prácticos.

Índice Temático			
Unidad	Tema	Horas	
		Teóricas	Prácticas
1	Asignación de recursos	3	0
2	Simplex dual	3	0
3	Análisis de sensibilidad	3	0
4	Modelos	3	0
5	Proceso real de implantación	3	0
6	Aplicación de las distribuciones binomial y de Poisson	3	0
7	Simulación	15	0
8	Teoría de decisiones	15	0
Total de horas:		48	0
Suma total de horas:		48	

Contenido Temático	
Unidad	Tema y subtemas
1	Asignación de recursos 1.1.- Programación lineal. 1.2.- Método simplex.
2	Simplex dual
3	Análisis de sensibilidad
4	Modelos 4.1.- Diagnóstico y planteamiento. 4.2.- Interpretación y uso.
5	Proceso real de implantación 5.1.- Planteamiento. 5.2.- Monitoreo. 5.3.- Implantación.

6	Aplicación de las distribuciones binomial y de Poisson
7	Simulación
8	Teoría de decisiones

Bibliografía básica:
 Arreola Risa, Jesús, (2003), *Programación lineal: una introducción a la toma de decisiones cuantitativa*, México: Thomson.
 Mojica Palacios, José Ignacio, (2002), *Toma de decisiones a través de métodos cuantitativos: un enfoque algorítmico*, México: Trillas.
 Ripoll Feliu, Vicente M., (2000) *Información de costes para la toma de decisiones empresariales*, Barcelona: Gestión 2000.
 Rodríguez Mariano, (2004), *Herramientas para la toma de decisiones con Excel*, Buenos Aires: Omicrom System.
 Viscencio Brambila, Héctor, (2002), *Economía para la toma de decisiones*, México: Thomson.
 Senille, Andrés, (2003), *Tomar decisiones y resolver problemas*, Barcelona: Gestión 2000.
 Venegas Martínez, Francisco, (2006), *Riesgos financieros y económicas: productos derivadas y decisiones económicas bajo incertidumbre*, México: Thomson.



Bibliografía complementaria:
 Berenson, L.Mark, Levine M. David Krehbel C. Timothy, (2001), *Estadística para Administración*, México: Pearson Education.
 Díaz Mata, Alfredo, (2005), *Matemáticas aplicadas a negocios y economía*, México: Pearson Education.
 Hillier, Frederick S., (2007), *Investigación de operaciones*, México: McGraw-Hill Interamericana.
 Mojica Palacios, José, (2002), *Investigación de operaciones: aplicada a las ciencias sociales*, México: Trillas.
 Taha, Hamdy A., (2006), *Investigación de operaciones*, México: Pearson.

Casos prácticos:
 Harvard Business School, Massachusetts.
 Secretaría de Economía, México.
 UNAM, México.

Sugerencias didácticas		Mecanismos de evaluación del aprendizaje de los alumnos
Exposición oral	(x)	Exámenes parciales (x)
Exposición audiovisual	(x)	Examen final escrito (x)
Ejercicios dentro de clase	(x)	Trabajos y tareas fuera del aula (x)
Ejercicios fuera del aula	(x)	Exposición de seminarios por los alumnos (x)
Seminarios	(x)	Participación en clase (x)
Lecturas obligatorias	(x)	Asistencia (x)
Trabajo de investigación	(x)	Seminario (x)
Prácticas de taller o laboratorio	()	Otras: Retroalimentación directa/ Entrevista con el Tutor asignado con periodicidad trimestral_____ (x)
Prácticas de campo	()	
Otras: Estudio de Casos/ Conferencias Magistrales	(x)	

Perfil profesiográfico:
 Maestro o Doctor en el área correspondiente con experiencia docente, en la práctica profesional directiva y deberá estar capacitado en el manejo del método del caso. Así mismo, de preferencia con experiencia en investigación.

Sistemas de Información Gerenciales

		UNIVERSIDAD NACIONAL AUTÓNOMA DE MÉXICO PROGRAMA DE POSGRADO EN CIENCIAS DE LA ADMINISTRACIÓN MAESTRÍA EN ALTA DIRECCIÓN PROGRAMA DE ACTIVIDAD ACADÉMICA			
Denominación: Sistemas de Información Gerenciales					
Clave: 77016		Semestre: 2 ó 3		Campo de conocimiento: Procesos de Negocio	
Carácter: Obligatoria () Optativa (X) De elección ()		Horas		Horas por semana	
Tipo: Teórica		Teoría:		Práctica:	
		3		0	
Modalidad: Curso		Duración del programa: Semestral			



Seriación: No (X) Si () Obligatoria () Indicativa ()
Actividad académica subsecuente: Ninguna
Actividad académica antecedente: Ninguna
Objetivo general: Conocer y aplicar las diferentes categorías de tecnologías de información y comunicaciones a las diversas áreas de la empresa, en beneficio de la productividad y eficiencia, y su incidencia en la alta dirección, y como una herramienta en la búsqueda de la eficiencia.
Objetivos específicos: Aplicar diferentes conceptos de la implantación de las Tecnologías de Información y Comunicación (TIC), por medio de la simulación y estudio de casos prácticos.

Índice Temático			
Unidad	Tema	Horas	
		Teóricas	Prácticas
1	Tecnologías de Información	3	0
2	Generación de valor de negocios a partir de las TI	3	0
3	Estructura de las bases de datos y su aplicación en los negocios	3	0
4	Principios de redes y telecomunicaciones	3	0
5	Tecnología aplicada a los procesos de negocio	30	0
6	Metodología para implantar proyectos de TI	6	0
Total de horas:		48	0
Suma total de horas:		48	

Contenido Temático	
Unidad	Tema y subtemas
1	Tecnologías de Información 1.1.- Fundamentos. 1.2.- Arquitectura.
2	Generación de valor de negocios a partir de las TI 2.1.- Costo-Beneficio de la implantación de las TI.
3	Estructura de las bases de datos y su aplicación en los negocios 3.1.- Bases de datos. 3.2.- Minería de datos.
4	Principios de redes y telecomunicaciones 4.1.- Redes y telecomunicaciones.

5	Tecnología aplicada a los procesos de negocio: 5.1.- Comerciales y mercadotecnia. 5.2.- Logística y manufactura. 5.3.- Calidad. 5.4.- Finanzas. 5.5.- Distribución.
6	Metodología para implantar proyectos de TI 6.1.- Diagnóstico. 6.2.- Plan de implantación. 6.3.- Plan de contingencia.



Bibliografía básica: Burgelman, Robert. Et al. (2006), <i>Strategic Management of Technology and Innovation</i> . USA: McGraw-Hill. Davenport, Thomas H., (2002), <i>Misión crítica: promesas y riesgos de los sistemas empresariales desinformación</i> , México: Oxford University. Gómez Vieites, Álvaro, (2004), <i>Sistemas de información: herramientas prácticas para la gestión empresarial</i> , México: Alfaomega. Laudon, Kenneth C., (2004), <i>Sistemas de información gerencial: administración de la empresa digital</i> , México: Pearson Education. O'Brien, James A., (2006), <i>Sistemas de información gerencial</i> , México: McGraw-Hill Interamericana. Whitten, Jeffrey L., (2003), <i>Análisis y diseño de sistemas de información</i> , México: McGraw-Hill Interamericana. Senn, J., (2007), <i>Information Technology: Principles, Practices, and Opportunities</i> , Prentice Hall. Sieber, Sandra., et. al., (2006), <i>Los sistemas de información en la empresa actual: aspectos estratégicos y alternativas tácticas</i> , Madrid, McGraw-Hill. Turban E. (2007), <i>Information Technology for Management: Transforming organizations in the digital economy</i> , Wiley.	
Bibliografía complementaria: Allen J. (1994), <i>Information Technology and the corporation of the 1990's USA</i> : Oxford University Press. Applegate, M. Lynda, et. al. (2003), <i>Estrategia y gestión de la información corporativa: los retos de gestión en una economía de red</i> , Madrid: McGraw-Hill. Cohen Karen, Daniel, (2000), <i>Sistemas de información para los negocios: un enfoque de toma de decisiones</i> , México: McGraw-Hill Interamericana. Peña, Rosalía, (2003), <i>Gestión digital de la información: de bits a bibliotecas digitales y la web</i> , México: Alfaomega. Thamhain, Hans, (2005), <i>Management of Technology. Managing effectively in technology - intensive organizations</i> , USA: John Wiley & Sons, Inc. Tushman, Michael y Aderson Philip., (2004), <i>Managing Strategic Innovation and Change</i> , USA: Oxford University Press.	
Casos prácticos: Harvard Business School, Massachusetts. Secretaría de Economía, México. UNAM, México.	
Sugerencias didácticas Exposición oral (x) Exposición audiovisual (x) Ejercicios dentro de clase (x) Ejercicios fuera del aula (x) Seminarios (x) Lecturas obligatorias (x) Trabajo de investigación (x) Prácticas de campo () Otras: Estudio de Casos/ Conferencias Magistrales _____ (x)	Mecanismos de evaluación del aprendizaje de los alumnos Exámenes parciales (x) Examen final escrito (x) Trabajos y tareas fuera del aula (x) Exposición de seminarios por los alumnos (x) Participación en clase (x) Asistencia (x) Seminario (x) Otras: Retroalimentación directa/ Entrevista con el Tutor asignado con periodicidad trimestral _____ (x)
Perfil profesiográfico: Maestro o Doctor en el área correspondiente con experiencia docente, en la práctica profesional directiva y deberá estar capacitado en el manejo del método del caso. Así mismo, de preferencia con experiencia en investigación.	

		UNIVERSIDAD NACIONAL AUTÓNOMA DE MÉXICO PROGRAMA DE POSGRADO EN CIENCIAS DE LA ADMINISTRACIÓN MAESTRÍA EN ALTA DIRECCIÓN PROGRAMA DE ACTIVIDAD ACADÉMICA			
Denominación: Dirección de la Cadena de Suministro					
Clave: 77017		Semestre: 2 ó 3		Campo de conocimiento: Procesos de Negocio	
No. Créditos: 6					
Carácter: Obligatoria () Optativa (X) De elección ()			Horas		Horas por semana
Tipo: Teórica			Teoría:	Práctica:	Horas al semestre
			3	0	3
Modalidad: Curso			Duración del programa: Semestral		
Seriación: No (X) Sí () Obligatoria () Indicativa ()					
Actividad académica subsecuente: Ninguna					
Actividad académica antecedente: Ninguna					
Objetivo general:					
Conocer y aplicar las habilidades para el diseño, planeación y control de las estrategias de administración de la cadena de suministro en el ámbito internacional y nacional.					
Objetivos específicos:					
Proporcionar las bases teóricas para que el alumno, conozca las estrategias para el diseño, implantación y control logístico y de la distribución física de materiales en los ámbitos internacional y nacional.					
Índice Temático					
Unidad	Tema	Horas			
		Teóricas	Prácticas		
1	Administración en la cadena de suministro	6	0		
2	Macrotendencias en el mundo de los negocios	6	0		
3	Costo total vs. Servicio a clientes	6	0		
4	Proceso de planeación de la cadena de suministro	6	0		
5	Control de inventarios	6	0		
6	Compras y abastecimientos	6	0		
7	Transporte	6	0		
8	Procesos de retorno y facilitador	6	0		
Total de horas:		48	0		
Suma total de horas:		48			

Contenido Temático	
Unidad	Tema y subtemas
1	Administración en la cadena de suministro 1.1.- Impacto en los resultados financieros de la empresa.
2	Macrotendencias en el mundo de los negocios 2.1.- La globalización logística.
3	Costo total vs. Servicio a clientes 3.1.- El servicio como factor de diferenciación. 3.2.- Costo de la no calidad.
4	Proceso de planeación de la cadena de suministro 4.1.- Cadena de valor 4.2.- Costo de la cadena de suministro.

	4.3.- Diseño
5	Control de inventarios 5.1.- Planeación de la producción. 5.2.-Administración de inventarios.
6	Compras y abastecimientos 6.1.- Productos catalogados. 6.2.-Productos no catalogados o estacionales.
7	Transporte 7.1.- Terrestre. 7.2.- Marítimo. 7.3.- Aéreo. 7.4.- Ductal.
8	Procesos de retorno y facilitador 8.1.- Outsourcing.
Bibliografía básica: Chopra S., (2006), Supply Chain Management, Prentice Hall. Hübner R., (2007), Strategic Supply Chain Management in Process Industries, Springer. Simchi-Levi D., (2003), Managing the Supply Chain, McGraw-Hill. Heizer J & Render B., (2006), Operations Manager, Prentice Hall.	
Bibliografía complementaria: Ballou, Ronald., (2004), Administración de la cadena de suministro, Pearson-Prentice Hall. Tony A.J.R., (1998), Introduction to materials management, Prentice Hall. Council of logistics management; Keeping score: Measuring the business value of logistics in the supply chain (1996). Schorenberg, Rihar J., (1996), World class manufacturing: The next decade. Library of congress cataloging in publication data, Free Press, New York, NY. Tompkins, White, Bozer, Frazelle, Tanchoco, Treviño, (1996) Facilities Planning, Wiley. Vollman, Thomas E., (1997), Manufacturing planning and control systems, Dow Jones-Irwin	
Casos prácticos: Harvard Business School, Massachusetts. Secretaría de Economía, México. UNAM, México.	
Sugerencias didácticas: Exposición oral (x) Exposición audiovisual (x) Ejercicios dentro de clase (x) Ejercicios fuera del aula (x) Seminarios (x) Lecturas obligatorias (x) Trabajo de investigación (x) Prácticas de campo () Otras: Estudio de Casos/ Conferencias Magistrales _____ (x)	Mecanismos de evaluación del aprendizaje de los alumnos: Exámenes parciales (x) Examen final escrito (x) Trabajos y tareas fuera del aula (x) Exposición de seminarios por los alumnos (x) Participación en clase (x) Asistencia (x) Seminario (x) Otras: Retroalimentación directa/ Entrevista con el Tutor asignado con periodicidad trimestral _____ (x)
Perfil profesiográfico: Maestro o Doctor en el área correspondiente con experiencia docente, en la práctica profesional directiva y deberá estar capacitado en el manejo del método del caso. Así mismo, de preferencia con experiencia en investigación.	

Diseño de la Estrategia Comercial

		UNIVERSIDAD NACIONAL AUTÓNOMA DE MÉXICO PROGRAMA DE POSGRADO EN CIENCIAS DE LA ADMINISTRACIÓN MAESTRÍA EN ALTA DIRECCIÓN PROGRAMA DE ACTIVIDAD ACADÉMICA			
Denominación: Diseño de la Estrategia Comercial					
Clave: 77018		Semestre: 2 ó 3		Campo de conocimiento: Procesos de Negocio	
Carácter: Obligatoria () Optativa (X) De elección ()		Horas		Horas por semana	
Tipo: Teórica		Teoría:		3	
		Práctica:			
		3		48	
Modalidad: Curso			Duración del programa: Semestral		

Seriación: No (X) Sí () Obligatoria () Indicativa ()
Actividad académica subsecuente: Ninguna
Actividad académica antecedente: Ninguna
Objetivo general: Conocer y aplicar las diferentes herramientas que conforman la oferta de un bien o servicio, así como la aplicación de estrategias integrales de comercialización en los mercados nacionales e internacionales.
Objetivos específicos: Evaluar, analizar e implantar el diseño de la estrategia comercial integral que incorpore todos los objetivos de la empresa y del área de comercialización, por medio de la simulación y estudio de casos prácticos.

Índice Temático			
Unidad	Tema	Horas	
		Teóricas	Prácticas
1	Organización de ventas	6	0
2	Evolución de la organización comercial	6	0
3	Dirección de producto	6	0
4	Desarrollo y lanzamiento de nuevos productos	6	0
5	Distribución "on-line" vs. Tradicional	6	0
6	Estrategia de precios	6	0
7	Evolución de la distribución	6	0
8	Negociación con los canales de distribución	6	0
Total de horas:		48	0
Suma total de horas:		48	

Contenido Temático	
Unidad	Tema y subtemas
1	Organización de ventas 1.1.- Fuerza de ventas. 1.2.- Comisionistas, licenciatarios, distribuidores exclusivos.
2	Evolución de la organización comercial 2.1.- Organización tradicional. 2.2.- Contacto directo (Consumidor-proveedor)
3	Dirección de producto 3.1.- Por segmento. 3.2.- Por región.

	3.3.- Por canal de distribución.
4	Desarrollo y lanzamiento de nuevos productos 4.1.- Ciclo de vida. 4.2.- Innovación.
5	Distribución "on-line" vs. Tradicional 5.1.- Antecedentes. 5.2.- Tendencias.
6	Estrategia de precios 6.1.- Por marca. 6.2.- Por segmento. 6.3.- Por canal de distribución.
7	Evolución de la distribución 7.1.- Franquicias. 7.2.- Marcas privadas.
8	Negociación con los canales de distribución 8.1.- Mayoreo 8.2.- Menudeo 8.3.- Cliente final

Bibliografía básica:

Grande Esteban, Ildefonso, (2000), *Marketing de los servicios*, Madrid: ESIC.
Hoffman, K. Douglas, (2002), *Fundamentos de marketing de servicios, conceptos, estrategias y casos*, México: Thomson.
Kotler, Phillip, (2003), *Fundamentos de marketing*, México: Pearson Education.
Kotler, Phillip, (2002), *Dirección de Marketing: conceptos esenciales*, México: Pearson.
Lovelock, Christopher H., (2004), *Administración de servicios: estrategias de marketing, operaciones y recursos humanos*, México: Pearson Education.
Martínez Selva, José M., (2005), *Marketing de servicios profesionales: para la pequeña y mediana empresa*, Madrid: Prentice Hall.
Zeithaml, Valerie A., (2002), *Marketing de servicios: un enfoque de integración del cliente a la empresa*, México: McGraw-Hill.

Bibliografía complementaria:

Galindo Cota, Ramses, (2007), *Mercadotecnia: evolución, función y clasificación: comportamiento del consumidor* México: Trillas.
Lamb, Charles, Hair Joseph y McDaniel Carl, (2006), *Marketing*, México: Thomson.
Oliver, David, (2004), *101 maneras de negociar más eficazmente*, México: Panorama.
Rodríguez Estrada, Mauro, (2005), *Comunicación y superación personal*, México: Editorial el manual moderno.
Stanton, William J., (2004), *Fundamentos de Marketing*, México: McGraw-Hill.

Casos prácticos:

Harvard Business School, Massachusetts.
Secretaría de Economía, México.
UNAM, México.

Sugerencias didácticas

Exposición oral (x)
Exposición audiovisual (x)
Ejercicios dentro de clase (x)
Ejercicios fuera del aula (x)
Seminarios (x)
Lecturas obligatorias (x)
Trabajo de investigación (x)
Prácticas de taller o laboratorio ()
Prácticas de campo ()
Otras: Estudio de Casos/ Conferencias
Magistrales _____ (x)



Mecanismos de evaluación del aprendizaje de los alumnos

Exámenes parciales (x)
Examen final escrito (x)
Trabajos y tareas fuera del aula (x)
Exposición de seminarios por los alumnos (x)
Participación en clase (x)
Asistencia (x)
Seminario (x)
Otras: Retroalimentación directa/ Entrevista con el Tutor asignado con periodicidad trimestral _____ (x)

Perfil profesiográfico:

Maestro o Doctor en el área correspondiente con experiencia docente, en la práctica profesional directiva y deberá estar capacitado en el manejo del método del caso. Así mismo, de preferencia con experiencia en investigación.

Estrategia y Ejecución Comercial

		UNIVERSIDAD NACIONAL AUTÓNOMA DE MÉXICO PROGRAMA DE POSGRADO EN CIENCIAS DE LA ADMINISTRACIÓN MAESTRÍA EN ALTA DIRECCIÓN PROGRAMA DE ACTIVIDAD ACADÉMICA			
Denominación: Estrategia y Ejecución Comercial					
Clave: 77019		Semestre: 2 ó 3		Campo de conocimiento: Procesos de Negocio	
Carácter: Obligatoria () Optativa (X) De elección ()		Horas		Horas por semana	Horas al semestre
Tipo: Teórica		Teoría:	Práctica:	3	48
		3	0		
Modalidad: Curso			Duración del programa: Semestral		

Seriación: No (X) Sí () Obligatoria () Indicativa () Actividad académica subsecuente: Ninguna Actividad académica antecedente: Ninguna					
Objetivo general: Conocer y aplicar las diferentes estrategias de ejecución comercial que conforman la oferta de un bien o servicio en los mercados nacional e internacional.					
Objetivos específicos: Evaluar, analizar e implantar el diseño de la estrategia comercial integral que incorpore todos los objetivos de la empresa y del área de comercialización, con énfasis en la ejecución y seguimiento de la misma. Por medio de la simulación y estudio de casos prácticos.					

Índice Temático			
Unidad	Tema	Horas	
		Teóricas	Prácticas
1	Creación de valor	6	0
2	Posicionamiento	6	0
3	<i>Retailing</i>	6	0
4	Estrategia competitiva	6	0
5	Estrategia de servicios	6	0
6	Servicio al cliente	6	0
7	Medición de la satisfacción del cliente	6	0
8	Retención de clientes	6	0
Total de horas:		48	0
Suma total de horas:		48	

Contenido Temático	
Unidad	Tema y subtemas
1	Creación de valor 1.1.- Valor real. 1.2.- Valor percibido.
2	Posicionamiento 2.1.- Segmentación estratégica. 2.2.- Nichos de mercado.
3	<i>Retailing</i> 3.1.- Fortalezas.

	3.2.- Negociación.
4	Estrategia competitiva 4.1.- Factores de diferenciación. 4.2.- Competencia.
5	Estrategia de servicios 5.1.- Preventa. 5.2.- Post venta.
6	Servicio al cliente 6.1.- Garantías 6.2.- Calidad 6.3.- CRM (Customer Relationship Management)
7	Medición de la satisfacción del cliente 7.1.- Lealtad. 7.2.- Monitoreo.
8	Retención de clientes 8.1.- Nuevos clientes. 8.2.- Retención-Lealtad

Bibliografía básica:

Arellano Cueva, Rolando, (2002), *Comportamiento del consumidor: enfoque América Latina*, México: McGraw-Hill Interamericana.
 Gómez Vieites, Álvaro, (2004), *Sistemas de información: herramientas prácticas para la gestión empresarial*, México: Alfaomega.
 Hair, Joseph F., (2004), *Investigación de mercados en un ambiente de información cambiante*, México: McGraw-Hill.
 Hawkins, Dell., (2004), *Comportamiento del consumidor: construyendo estrategias de marketing*, México: McGraw-Hill.
 Malhotra, Naresh K., (2004), *Investigación de mercados: un enfoque aplicado*, México: Pearson Education.
 O'Brien, James A., (2006), *Sistemas de información gerencial*, México: McGraw-Hill Interamericana.

Bibliografía complementaria:

Cohen Karen, Daniel (2000), *Sistemas de información para los negocios: un enfoque de toma de decisiones*, México: McGraw-Hill Interamericana.
 Pedret, Ramón, (2000), *Herramientas para segmentar mercados y posicionar productos: análisis de información cuantitativa en investigación comercial*, Barcelona: Deusto.
 Schiffman G., León G. y Kanuk, (2001), *Comportamiento del consumidor*, México: Pearson Education.
 Whitten, Jeffrey L., (2003), *Análisis y diseño de sistemas de información*, México: McGraw-Hill Interamericana.

Casos prácticos:

Harvard Business School, Massachusetts.
 Secretaría de Economía, México.
 UNAM, México.

Sugerencias didácticas:

Exposición oral (x)
 Exposición audiovisual (x)
 Ejercicios dentro de clase (x)
 Ejercicios fuera del aula (x)
 Seminarios (x)
 Lecturas obligatorias (x)
 Trabajo de investigación (x)
 Prácticas de campo ()
 Otras: Estudio de Casos/ Conferencias
 Magistrales _____ (x)

Mecanismos de evaluación del aprendizaje de los alumnos:

Exámenes parciales (x)
 Examen final escrito (x)
 Trabajos y tareas fuera del aula (x)
 Exposición de seminarios por los alumnos (x)
 Participación en clase (x)
 Asistencia (x)
 Seminario (x)
 Otras: Retroalimentación directa/ Entrevista con el Tutor asignado con periodicidad trimestral _____ (x)

Perfil profesional:

Maestro o Doctor en el área correspondiente con experiencia docente, en la práctica profesional directiva y deberá estar capacitado en el manejo del método del caso. Así mismo, de preferencia con experiencia en investigación.