

Materia : Administración de empresas

Semestre:	V
Clave:	45770
Área:	Investigaciones Humanísticas
Departamento:	Del Comportamiento
Tipología:	Teórica
Carácter:	Instrumental
Tipo:	Obligatoria
Horas:	Prácticas (00) Teóricas (04)
Créditos:	4
Carreras:	Edificación y Administración de Obras
Elaboró:	Arq. Jaime Ricardo Serment Goñi
Revisó:	Psic. Alicia Téllez Arellano, EAO. Eduardo Aguilar Jiménez
Fecha:	Mayo de 1999

Presentación de la materia

El administrador lleva a cabo funciones para obtener resultados mediante el establecimiento de un ambiente en el que el hombre, en forma individual o en grupo, logre un desempeño efectivo y eficiente. Para ello, hay que recordar que la naturaleza de la función administrativa es dirigir y conocer el propósito de la organización y su interrelaciones externas e internas. Por lo tanto se busca que el alumno comprenda la importancia de la innovación, la disposición al aprendizaje continuo y el reconocimiento de la autoafirmación, considerando a la empresa el elemento productivo y de desarrollo.

Objetivo general

Desarrollar las habilidades conceptuales del alumno para la creación de nuevas empresas, su constitución y estructura; el aprovechamiento de los recursos de la empresa para la satisfacción de necesidades de la sociedad.

UNIDAD 1

El Ambiente de las empresas

Objetivo particular:

Conocer y comprender la importancia del ambiente en la creación y desarrollo de las empresas. Las empresas como organismos se crean y evolucionan para satisfacer las necesidades de la sociedad.

1.1 Análisis Ambiental. El análisis externo de la empresa.

1.1.1 El mercado/ La plaza.

1.1.1.1 Análisis de la demanda.

1.1.1.2.1 Aspectos sociodemográficos.

1.1.1.2.2 Proyección de la demanda.

1.1.1.2 Análisis de la oferta.

1.1.1.2.1 Marco Normativo

1.1.2 Condiciones Macroambientales.

1.1.3 Condiciones Microambientales.

UNIDAD 2

La Empresa y su evolución

Objetivo particular:

Conocer y comprender que el conocimiento de la empresa y de sus fortalezas y debilidades, le permitirá establecer sus metas, objetivos y estrategias con mayor certeza en un ambiente dinámico.

2.1 La Empresa.

2.1.1 Modelos de Organización.

2.1.1.1 Tradicionales.

2.1.1.2 Vanguardistas.

2.1.2 Los elementos de la Empresa.

2.1.2.1 Clientes.

2.1.2.2 Proveedores.

2.1.2.3 Recursos Humanos.

2.1.2.3.1 Nivel de Capacitación.

2.1.2.4 Recursos Materiales.

2.1.2.5 Recursos Financieros.

UNIDAD 3

Las Mercancías, los productos o servicios

Objetivo particular:

El conocimiento y comprensión del producto o servicio que se pretende ofrecer, la capacidad de producción y los medios para hacerlo llegar a los clientes, es básico para tomar decisiones e innovaciones.

- 3.1 La Mercancía / El Producto o Servicio. El Análisis interno de la Empresa.
 - 3.1.1 El precio.
 - 3.1.1.1 Niveles de precios del productor.
 - 3.1.1.2 Evolución de los precios y principales condicionantes.
 - 3.1.1.3 Proyección de los precios 5 años.
 - 3.1.2 La Promoción.
 - 3.1.2.1 Publicidad.
 - 3.1.2.2 Políticas de crédito.
 - 3.1.2.3 Garantías.
 - 3.1.2.4 Presentación.
 - 3.1.3 La Comercialización / Distribución.

Mecánica de enseñanza aprendizaje

Presentación del programa de la materia, su relación en el mapa curricular de la carrera, en la carrera y en la práctica profesional. Exposición verbal del catedrático de temas para cada sesión, estableciendo una dinámica de grupo, haciendo énfasis en la aplicación práctica de lo expuesto.

Mecanismos de evaluación

Se establecerá una evaluación continua, mediante el cuestionamiento en clase respecto de los temas con un valor de 40% en la calificación de cada unidad. Aplicación de exámenes parciales con un valor de 60%. Se propone propiciar la auto - evaluación del alumno.

Bibliografía básica

BURSTEIN, DAVID / STASIOWSKI, FRANK. *Administración de Proyectos*. Editorial Trillas. México.
CHIA, VENATO. *Fundamentos de Administración*.
SUAREZ SALAZAR, CARLOS. *Administración para Empresas Constructoras*. Editorial Limusa.