



Plan de Estudios de la Carrera de Licenciatura en Turismo

Nombre de la Asignatura: SEMINARIO DE ALTA GERENCIA 0

a) Generalidades

		Código:	SAG 0	Duración del Ciclo en Semanas:	16
Prerrequisito (s):	40 Materias aprobadas	Ciclo Académico:	X	Duración /Hora Clase:	50
		Área curricular:	Especializada	Número /Hora Clase por Ciclo:	64
		U.V.:	3	Horas Teóricas/ Semanales:	1
				Horas Prácticas/ Semanales:	3

b) Descripción de la Asignatura:

Contiene los elementos teóricos y prácticos para que los alumnos aprendan a: Investigar, analizar, decidir y proponer soluciones a problemas gerenciales, a través de participación e integración en grupos de clase y de trabajo; para buscar un mejor conocimiento de la realidad nacional y empresarial.

c) Objetivos Generales de la Asignatura:

Cognitivo:

Proponer soluciones a problemas gerenciales aplicables a la realidad nacional y empresarial.

Procedimental:

Elaborar de acuerdo con las herramientas y técnicas proporcionadas, las diferentes estrategias corporativas que deben poseer las organizaciones para operar con efectividad.

Actitudinal:

Interactuar con sus compañeros integrando grupos de discusión y de trabajo.

d) Contenidos:



Plan de Estudios de la Carrera de Licenciatura en Turismo

UNIDAD I: DINÁMICAS DE INTEGRACIÓN

Contenido:

- 1.1 Presentación y discusión de los objetivos del curso
- 1.2 Conocimiento de las expectativas del grupo sobre el curso
- 1.3 Evaluación inicial sobre conocimientos, experiencias y preferencias del grupo
- 1.4 Identificación de principios y valores que deben utilizarse en las dinámicas grupales.

UNIDAD II: RESPONSABILIDAD SOCIAL

Contenido:

- 2.1 Conocer que es responsabilidad social empresarial
- 2.2 Campos de aplicación de responsabilidad social empresarial
- 2.3 Experiencias nacionales e internacionales
- 2.4 Propuestas de acción

UNIDAD III: BUSCANDO PROBLEMAS

Contenido:

- 3.1 ¿Qué es un problema?
- 3.2 ¿Cómo identificarlos?
- 3.3 ¿Cómo priorizarlos?
- 3.4 ¿Comportamientos inadecuados en el manejo de problemas?

UNIDAD IV: TRABAJO EN GRUPO

Contenido:

- 4.1 Sinergia
- 4.2 Características de los equipos
- 4.3 Definición de roles
- 4.4 Mecánica operacional

UNIDAD V: ANÁLISIS AMBIENTAL

Contenido:

- 5.1 Diagnóstico FODA
- 5.2 Diamante estratégico
- 5.3 Análisis Industrial



Plan de Estudios de la Carrera de Licenciatura en Turismo

5.4 Análisis Político

UNIDAD VI: SERVICIO AL CLIENTE

Contenido:

- 6.1 ¿Qué es la satisfacción del cliente
- 6.2 ¿Cómo medir calidad y la satisfacción del cliente
- 6.3 Investigación práctica de servicios al cliente
- 6.4 Presentación y discusión de los casos analizados

UNIDAD VII: PARTICIPACIÓN CIUDADANA

Contenido:

- 7.1 ¿Qué es participación ciudadana?
- 7.2 Metodologías para la participación
- 7.3 Participación y ciclo del proyecto
- 7.4 Desarrollo de casos prácticos
- 7.5 Análisis y discusión de los casos

UNIDAD VIII: LIDERAZGO

Contenido:

- 8.1 ¿Qué es Liderazgo?
- 8.2 Características del liderazgo
- 8.3 Formas de liderazgo
- 8.4 Liderazgo y estilo gerencial

UNIDAD IX: EMPOWERMENT

Contenido:

- 9.1 ¿Qué es empowerment?
- 9.2 ¿Que se necesita para que una organización funcione con empowerment?
- 9.3 Pasos para alcanzar diferentes niveles de empowerment

UNIDAD X: NEGOCIACIÓN

Contenido:

- 10.1 Negociaciones bilaterales sin información y poca comunicación
- 10.2 Negociaciones bilaterales con alguna información y comunicación
- 10.3 Negociaciones multilaterales
- 10.4 Negociaciones laborales



Plan de Estudios de la Carrera de Licenciatura en Turismo

10.5 Negociaciones políticas

UNIDAD XI: METODOLOGÍA DEL MANEJO DE CASOS

Contenido:

- 11.1 ¿Qué es un caso?
- 11.2 Metodología de análisis

UNIDAD XII: ESTUDIOS DE CASOS

Contenido:

- 12.1 Análisis político
- 12.2 Negociaciones
- 12.3 Problemas gerenciales

UNIDAD XIII: INVESTIGACIONES BIBLIOGRÁFICAS

Contenido:

- 13.1 Asignación de temas
- 13.2 Preparación de presentación
- 13.3 Presentación y discusión

UNIDAD XIV: TRABAJO PRÁCTICO: DESARROLLO DE RUEDA DE NEGOCIOS

Contenido:

- 14.1 Conformación de grupos
- 14.2 Selección de productos (o Mini empresas)
- 14.3 Planificar eventos
- 14.4 Organizar eventos
- 14.5 Desarrollar la rueda de negocios
- 14.6 Evaluar resultados

e) Estrategia Metodológica:

El estudiante construirá su propio conocimiento a partir de los elementos otorgados por el docente, quien desarrolla el papel de facilitador, través de las siguientes actividades de aprendizaje:

El 25% del total de horas, el docente guiará el aprendizaje a través de *clases magistrales y dialogadas*, con apoyo en los resultados de las investigaciones de campo y bibliográficas realizadas por los alumnos, donde se dé un intercambio de



Plan de Estudios de la Carrera de Licenciatura en Turismo

opiniones y argumentos sobre el tema que se desarrolla.

El otro 75% del total de horas, se dedicará tiempo para las siguientes actividades de aprendizaje:

Conferencias impartidas por personas especializadas en temas de relacionados con el quehacer empresarial del medio.

Investigación bibliográfica

Discusión y análisis de casos (escritos y vivos)

Investigación de campo

Creación de una empresa

Planificación y ejecución de un proyecto participativo. Se desarrollará un Plan de Negocios, de manera específica, por los equipos de trabajo que se establezcan.

Para finalizar el ciclo, los estudiantes organizarán una feria donde expondrán sus proyectos empresariales innovadores.

Estas actividades quedan a consideración del catedrático, pudiendo utilizar otros métodos y técnicas alternativos que favorezcan el proceso de enseñanza - aprendizaje de acuerdo con el modelo educativo definido por la Universidad.

f) Bibliografía:

Nombre de la Obra	Autor	Casa editora	País	Año de edición	No. de ejemplares en biblioteca
CÓMO DISEÑAR UN PLAN DE NEGOCIOS	The Economist - Friend, Graham.- Zehle, Stefan	Cuatro Media	Buenos Aires, Argentina	2008	6
ESTRATEGIA Y NEGOCIOS: ESPECIAL RESPONSABILIDAD SOCIAL EMPRESARIAL.	Grupo Editorial E&N	Grupo Editorial E&N	El Salvador	2009	3
EMPRESAS FAMILIARES, VISIÓN LATINOAMERICANA	ROSA NELLY TREVINYO	PEARSON 1ª Edición	México	2010	3



Plan de Estudios de la Carrera de Licenciatura en Turismo

	RODRIGUEZ				
ADMINISTRACIÓN DE LA INNOVACIÓN	PERVAIZ K. AHMED, CHARLES D. SHEPHERD, LETICIA RAMOS GARZA, CLAUDIA RAMOS GARZA	PEARSON 1ª Edición	México	2012	*
ESTRATEGIA, DE LA VISION A LA ACCIÓN	JUAN CARRION MOROTO	EDITORIAL ALFA OMEGA 2ª Edición	México	2007	*

* En proceso de adquisición