



# **UNIVERSIDAD MODELO VALLADOLID**

## **LICENCIATURA EN GESTIÓN DE NEGOCIOS**

Modalidad: Escolar (Presencial)

Tipo de Ciclo: Semestral

Duración del Plan de Estudios: Ocho semestres

Acuerdo de RVOE N° 041 de fecha 11 de julio de 2017

**ÍNDICE**

Datos generales del plan de estudios.....	2
Tabla de cambios presentados en la actualización del plan de estudios.....	3
Justificación.....	26
Objetivo General.....	32
Perfil de ingreso.....	32
Perfil de egreso.....	33
Eje: Educación para la Vida.....	35
Tabla sugerida de equivalencias de estudios.....	37
Mapa Curricular.....	45
Esquema del plan de estudios.....	46
Programas de Asignatura.....	75
Evaluación Curricular.....	746
Proceso de liquidación del plan de estudios anterior.....	747

## Datos generales del plan de estudio

- ✓ Nombre de la institución: Universidad Modelo Valladolid.
- ✓ Nombre del plan de estudio: Licenciatura en Gestión de negocios.
- ✓ Vigencia del plan de estudios: 5 años.
- ✓ Nivel educativo: Licenciatura
- ✓ Modalidad: Escolar (Presencial)
- ✓ Tipo de ciclo: Semestral
- ✓ Duración del ciclo: 16 semanas
- ✓ Duración del plan de estudios: 8 semestres
- ✓ Nivel educativo antecedente: Bachillerato

## Cambios presentados en la actualización del Plan de Estudios.

SEMESTRE/ CUATRIMESTRE	ASIGNATURAS				JUSTIFICACIÓN	
	PLAN DE ESTUDIOS ACTUALIZADO		PLAN DE ESTUDIOS VIGENTE			
	ASIGNATURA	CLAVE	ASIGNATURA	CLAVE		
Primer	Administración de los negocios I	0410101	Administración de los negocios I	16111	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Se actualizó bibliografía.</li> <li>• Los contenidos de la asignatura se conservan ya que se considera que son pertinentes con el objetivo del plan de estudios.</li> </ul>	
	Desarrollo de habilidades para la profesión	0410102	Desarrollo de habilidades para la profesión	16121	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Se actualizó bibliografía</li> <li>• Los contenidos de la asignatura se conservan ya que se considera que son pertinentes con el objetivo del plan de estudios.</li> </ul>	
	Habilidades de comunicación verbal y escrita	0410103	Habilidades de comunicación verbal y escrita	16131	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Se actualizó bibliografía</li> <li>• Se modificaron temas de la asignatura.</li> </ul>	
	Técnicas de investigación	0410104	Técnicas de investigación	16141	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Se actualizó bibliografía.</li> <li>• Los contenidos de la asignatura se conservan ya que se considera que son pertinentes con el objetivo del plan de estudios.</li> </ul>	
	Marco legal en los negocios	0410105	Marco legal en los negocios	16151	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Se actualizó bibliografía.</li> <li>• Se actualizaron temas y subtemas de la asignatura</li> </ul>	
	Contabilidad empresarial	0410106	Contabilidad empresarial	16161	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Se actualizó bibliografía</li> <li>• Se modificaron subtemas de la asignatura.</li> </ul>	
	Matemáticas para la administración	0410107	Matemáticas para la administración	16171	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Se actualizó bibliografía</li> <li>• Los contenidos de la asignatura se conservan ya que se considera que son pertinentes con el objetivo del plan de estudios.</li> </ul>	
	Educación para la vida I	0410108	Educación para la vida I	16181	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Se actualizó bibliografía</li> <li>• Se modificaron temas y subtemas de la asignatura.</li> </ul>	

SEMESTRE/ CUATRIMESTRE	ASIGNATURAS				JUSTIFICACIÓN	
	PLAN DE ESTUDIOS ACTUALIZADO		PLAN DE ESTUDIOS VIGENTE			
	ASIGNATURA	CLAVE	ASIGNATURA	CLAVE		
<b>Segundo</b>	Administración de los negocios II	0410201	Administración de los negocios II	16211	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Se actualizó bibliografía.</li> <li>• Los contenidos de la asignatura se conservan ya que se considera que son pertinentes con el objetivo del plan de estudios.</li> </ul>	
	Gestión de la innovación en modelos de negocios	0410202	Gestión de la innovación en modelos de negocios	16221	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Se actualizó bibliografía</li> <li>• Los contenidos de la asignatura se conservan ya que se considera que son pertinentes con el objetivo del plan de estudios</li> </ul>	
	Microeconomía	0410203	Microeconomía	16231	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Se actualizó bibliografía.</li> <li>• Se modificó el orden del contenido para una ejecución más clara de la asignatura.</li> </ul>	
	Conceptos básicos de mercadotecnia	0410204	Conceptos básicos de mercadotecnia	16241	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Se actualizó bibliografía.</li> <li>• Los contenidos de la asignatura se conservan ya que se considera que son pertinentes con el objetivo del plan de estudios.</li> </ul>	
	Taller de valores socioculturales y mundiales	0410205	Taller de valores socioculturales y mundiales	16251	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Se actualizó bibliografía.</li> <li>• Los contenidos de la asignatura se conservan ya que se considera que son pertinentes con el objetivo del plan de estudios.</li> </ul>	
	Contabilidad de costos	0410206	Contabilidad de costos	16262	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Se actualizó bibliografía.</li> <li>• Los contenidos de la asignatura se conservan ya que se considera que son pertinentes con el objetivo del plan de estudios.</li> </ul>	
	Probabilidad y estadística	0410207	Probabilidad y estadística	16271	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Se actualizó bibliografía.</li> <li>• Los contenidos de la asignatura se conservan ya que se</li> </ul>	

					considera que son pertinentes con el objetivo del plan de estudios
Educación para la vida II	0410208	Educación para la vida II	16281	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Se modificaron temas y subtemas de la asignatura</li> <li>• Se actualizó bibliografía</li> </ul>	

SEMESTRE/ CUATRIMESTRE	ASIGNATURAS				JUSTIFICACIÓN	
	PLAN DE ESTUDIOS ACTUALIZADO		PLAN DE ESTUDIOS VIGENTE			
	ASIGNATURA	CLAVE	ASIGNATURA	CLAVE		
Tercer	Responsabilidad social empresarial y desarrollo sustentable	0410301	Responsabilidad social empresarial y desarrollo sustentable	16311	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Se actualizó bibliografía.</li> <li>• Los contenidos de la asignatura se conservan ya que se considera que son pertinentes con el objetivo del plan de estudios.</li> </ul>	
	Gestión del capital humano I	0410302	Gestión del capital humano I	16321	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Se actualizó bibliografía.</li> </ul>	
	Macroeconomía	0410303	Macroeconomía	16331	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Se modificó el orden del contenido para una ejecución más clara de la asignatura.</li> <li>• Se actualizó bibliografía.</li> </ul>	
	Taller de trabajo científico	0410304	Taller de trabajo científico	16342	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Se actualizó bibliografía.</li> <li>• Los contenidos de la asignatura se conservan ya que se considera que son pertinentes con el objetivo del plan de estudios.</li> </ul>	
	Análisis político y socioeconómico de México	0410305	Análisis político y socioeconómico de México	16351	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Se actualizó bibliografía.</li> <li>• Los contenidos de la asignatura se conservan ya que se considera que son pertinentes con el objetivo del plan de estudios.</li> </ul>	
	Contabilidad administrativa	0410306	Contabilidad administrativa	16361	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Se actualizaron los subtemas del tema 16</li> <li>• Se actualizó bibliografía.</li> </ul>	
	Estadística aplicada	0410307	Estadística aplicada	16371	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Se actualizaron temas y subtemas de la asignatura</li> <li>• Se actualizó bibliografía</li> </ul>	
	Educación para la vida III	0410308	Educación para la vida III	16381	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Se modificaron temas y subtemas de la asignatura</li> <li>• Se actualizó bibliografía</li> </ul>	

SEMESTRE/ CUATRIMESTRE	ASIGNATURAS				JUSTIFICACIÓN	
	PLAN DE ESTUDIOS ACTUALIZADO		PLAN DE ESTUDIOS VIGENTE			
	ASIGNATURA	CLAVE	ASIGNATURA	CLAVE		
Cuarto	Iniciativa empresarial joven I	0410401	Iniciativa empresarial joven I	16411	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Se actualizó bibliografía</li> <li>• Los contenidos de la asignatura se conservan ya que se considera que son pertinentes con el objetivo del plan de estudios.</li> </ul>	
	Gestión del modelo del servicio	0410402	Gestión del modelo del servicio	16421	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Se actualizó bibliografía.</li> <li>• Los contenidos de la asignatura se conservan ya que se considera que son pertinentes con el objetivo del plan de estudios.</li> </ul>	
	Administración de la calidad	0410403	Administración de la calidad	16431	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Se actualizó bibliografía.</li> </ul>	
	Investigación de mercado cualitativa	0410404	Investigación de mercado cualitativa	16441	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Se actualizó bibliografía.</li> <li>• Los contenidos de la asignatura se conservan ya que se considera que son pertinentes con el objetivo del plan de estudios</li> </ul>	
	Investigación de operaciones	0410405	Investigación de operaciones	16451	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Se actualizó bibliografía.</li> <li>• Los contenidos de la asignatura se conservan ya que se considera que son pertinentes con el objetivo del plan de estudios</li> </ul>	
	Administración financiera	0410406	Administración financiera	16461	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Se actualizó bibliografía.</li> <li>• Los contenidos de la asignatura se conservan ya que se considera que son pertinentes con el objetivo del plan de estudios</li> </ul>	
	Matemáticas financieras	0410407	Matemáticas financieras	16471	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Se actualizó bibliografía.</li> <li>• Los contenidos de la asignatura se conservan ya que se considera que son pertinentes con el objetivo del plan de estudios</li> </ul>	
	Educación para la vida IV	0410408	Educación para la Vida IV	16481	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Se modificaron temas y subtemas de la asignatura</li> </ul>	

SEMESTRE/ CUATRIMESTRE	ASIGNATURAS				JUSTIFICACIÓN	
	PLAN DE ESTUDIOS ACTUALIZADO		PLAN DE ESTUDIOS VIGENTE			
	ASIGNATURA	CLAVE	ASIGNATURA	CLAVE		
Quinto	Iniciativa Empresarial Joven II	04105012	Iniciativa Empresarial Joven II	16511	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Se actualizó bibliografía.</li> <li>• Los contenidos de la asignatura se conservan ya que se considera que son pertinentes con el objetivo del plan de estudios</li> </ul>	
	Optativa I	0410502	Optativa I	1652190		
	Optativa I Fundamentos de auditoría	04105021	Optativa I Fundamentos de auditoría	16521901	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Se actualizó bibliografía.</li> </ul>	
	Optativa I Fotografía digital	04105022	Optativa I Fotografía digital	16521902	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Se actualizó bibliografía.</li> </ul>	
	Optativa I Fundamentos del turismo	04105023	Optativa I Fundamentos del turismo	16521903	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Se actualizó bibliografía.</li> </ul>	
	Optativa I Taller de diseño en internet	04105024	Optativa I Taller de diseño en internet	16521904	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Se actualizó bibliografía.</li> </ul>	
	Optativa I Canales de distribución	04105025	Optativa I Canales de distribución	16521905	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Se actualizó bibliografía.</li> </ul>	
	Optativa I Psicología organizacional	04105026	Optativa I Psicología organizacional	16521906	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Se actualizó bibliografía.</li> </ul>	
	Optativa I Cultura física	04105027	Optativa I Cultura física	16521907	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Se actualizó bibliografía.</li> </ul>	
	Optativa I Taller de diseño en internet	04105028	Optativa I Taller de diseño en internet	16521908	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Se actualizó bibliografía.</li> </ul>	
	Optativa I Estado y democracia	04105029			<ul style="list-style-type: none"> <li>• Esta materia se agrega a la línea de especialidad Estrategias para el desarrollo social</li> </ul>	
	Optativa I Aprovisionamiento	041050210			<ul style="list-style-type: none"> <li>• Esta materia se agrega a la línea de especialidad Gestión de la logística de producción</li> </ul>	
	Administración de operaciones I	0410503	Administración de operaciones I	16531	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Se actualizó bibliografía.</li> <li>• Los contenidos de la asignatura se conservan ya que se considera que son pertinentes con el objetivo del plan de estudios</li> </ul>	

	Investigación de mercado cuantitativa	0410504	Investigación de mercado cuantitativa	16541	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Se actualizó bibliografía.</li> <li>• Los contenidos de la asignatura se conservan ya que se considera que son pertinentes con el objetivo del plan de estudios</li> </ul>
	Optativa II	0410505	Optativa II	1655190	<ul style="list-style-type: none"> <li>•</li> </ul>
	Optativa II Fundamentos de auditoría	04105051	Optativa II Fundamentos de auditoría	16551901	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Se actualizó bibliografía.</li> </ul>
	Optativa II Fotografía digital	04105052	Optativa II Fotografía digital	16551902	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Se actualizó bibliografía.</li> </ul>
	Optativa II Fundamentos del turismo	04105053	Optativa II Fundamentos del turismo	16551903	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Se actualizó bibliografía.</li> </ul>
	Optativa II Taller de diseño en internet	04105054	Optativa II Taller de diseño en internet	16551904	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Se actualizó bibliografía.</li> </ul>
	Optativa II Canales de distribución	04105055	Optativa II Canales de distribución	16551905	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Se actualizó bibliografía.</li> </ul>
	Optativa II Psicología organizacional	04105056	Optativa II Psicología organizacional	16551906	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Se actualizó bibliografía.</li> </ul>
	Optativa II Cultura física	04105057	Optativa II Cultura física	16551907	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Se actualizó bibliografía.</li> </ul>
	Optativa II Taller de diseño en internet	04105058	Optativa II Taller de diseño en internet	16551908	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Se actualizó bibliografía.</li> </ul>
	Optativa II Estado y democracia	04105059			<ul style="list-style-type: none"> <li>• Esta materia se agrega a la línea de especialidad Estrategias para el desarrollo social</li> </ul>
	Optativa II Aprovisionamiento	041050510			<ul style="list-style-type: none"> <li>• Esta materia se agrega a la línea de especialidad Gestión de la logística de producción</li> </ul>
	Economía digital	0410506	Economía digital	16561	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Se actualizó bibliografía.</li> <li>• Los contenidos de la asignatura se conservan ya que se considera que son pertinentes con el objetivo del plan de estudios</li> </ul>
	Optativa III	0410507	Optativa III	1657190	<ul style="list-style-type: none"> <li>•</li> </ul>
	Optativa III Fundamentos de auditoría	04105071	Optativa III Fundamentos de auditoría	16571901	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Se actualizó bibliografía.</li> </ul>
	Optativa III Fotografía digital	04105072	Optativa III Fotografía digital	16571902	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Se actualizó bibliografía.</li> </ul>

	Optativa III Fundamentos del turismo	04105073	Optativa III Fundamentos del turismo	16571903	• Se actualizó bibliografía.
	Optativa III Taller de diseño en internet	04105074	Optativa III Taller de diseño en internet	16571904	• Se actualizó bibliografía.
	Optativa III Canales de distribución	04105075	Optativa III Canales de distribución	16571905	• Se actualizó bibliografía.
	Optativa III Psicología organizacional	04105076	Optativa III Psicología organizacional	16571906	• Se actualizó bibliografía.
	Optativa III Cultura física	04105077	Optativa III Cultura física	16571907	• Se actualizó bibliografía.
	Optativa III Taller de diseño en internet	04105078	Optativa III Taller de diseño en internet	16571908	• Se actualizó bibliografía.
	Optativa III Estado y democracia	04105079			• Esta materia se agrega a la línea de especialidad Estrategias para el desarrollo social
	Optativa III Aprovisionamiento	041050710			• Esta materia se agrega a la línea de especialidad Gestión de la logística de producción
	Educación para la vida V	0410508	Educación para la vida V	16581	• Se modificaron temas y subtemas de la asignatura • Se actualizó bibliografía.

SEMESTRE/ CUATRIMESTRE	ASIGNATURAS				JUSTIFICACIÓN	
	PLAN DE ESTUDIOS ACTUALIZADO		PLAN DE ESTUDIOS VIGENTE			
	ASIGNATURA	CLAVE	ASIGNATURA	CLAVE		
<b>Sexto</b>	Administración de Pequeñas y Medianas Empresas	0410601	Administración de Pequeñas y Medianas Empresas	16611	• Se actualizó bibliografía. • Los contenidos de la asignatura se conservan ya que se considera que son pertinentes con el objetivo del plan de estudios	
	Optativa IV	0410602	Optativa IV	1662190	•	
	Optativa IV Práctica de Auditoría	04106021	Optativa IV Práctica de Auditoría	16621901	• Se actualizó bibliografía.	
	Optativa IV Lenguaje y Producción Televisiva	04106022	Optativa IV Lenguaje y Producción Televisiva	16621902	• Se actualizó bibliografía.	
	Optativa IV Sociología del Turismo	04106023	Optativa IV Sociología del Turismo	16621903	• Se actualizó bibliografía.	

	Optativa IV Aspectos legales de los negocios electrónicos	04106024	Optativa IV Aspectos legales de los negocios electrónicos	16621904	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Se actualizó bibliografía.</li> </ul>
	Optativa IV Comunicación estratégica de la mercadotecnia	04106025	Optativa IV Comunicación estratégica de la mercadotecnia	16621905	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Se actualizó bibliografía.</li> </ul>
	Optativa IV Derecho individual del trabajo	04106026	Optativa IV Derecho individual del trabajo	16621906	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Se actualizó bibliografía.</li> </ul>
	Optativa IV Administración de eventos deportivos	04106027	Optativa IV Administración de eventos deportivos	16621907	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Se actualizó bibliografía.</li> </ul>
	Optativa IV Programación móvil	04106028	Optativa IV Programación móvil	16621908	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Se actualizó bibliografía.</li> </ul>
	Optativa IV Perspectiva de género	04106029			<ul style="list-style-type: none"> <li>• Esta materia se agrega a la línea de especialidad Estrategias para el desarrollo social</li> </ul>
	Optativa IV Logística de fabricación	0410602			<ul style="list-style-type: none"> <li>• Esta materia se agrega a la línea de especialidad Gestión de la logística de producción</li> </ul>
	Técnicas de negociación y venta	0410603	Técnicas de negociación y venta	16631	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Se actualizó bibliografía.</li> <li>• Los contenidos de la asignatura se conservan ya que se considera que son pertinentes con el objetivo del plan de estudios</li> </ul>
	Optativa V	0410604	Optativa V	1664190	<ul style="list-style-type: none"> <li>•</li> </ul>
	Optativa V Práctica de auditoría	04106041	Optativa V Práctica de auditoría	16641901	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Se actualizó bibliografía.</li> </ul>
	Optativa V Lenguaje y producción televisiva	04106042	Optativa V Lenguaje y producción televisiva	16641902	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Se actualizó bibliografía.</li> </ul>
	Optativa V Sociología del turismo	04106043	Optativa V Sociología del turismo	16641903	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Se actualizó bibliografía.</li> </ul>
	Optativa V Aspectos legales de los negocios electrónicos	04106044	Optativa V Aspectos legales de los negocios electrónicos	16641904	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Se actualizó bibliografía.</li> </ul>
	Optativa V Comunicación estratégica de la mercadotecnia	04106045	Optativa V Comunicación estratégica de la mercadotecnia	16641905	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Se actualizó bibliografía.</li> </ul>
	Optativa V Derecho individual del trabajo	04106046	Optativa V Derecho individual del trabajo	16641906	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Se actualizó bibliografía.</li> </ul>

	Optativa V Administración de eventos deportivos	04106047	Optativa V Administración de eventos deportivos	16641907	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Se actualizó bibliografía.</li> </ul>
	Optativa V Programación móvil	04106048	Optativa V Programación móvil	16641908	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Se actualizó bibliografía.</li> </ul>
	Optativa V Perspectiva de género	04106049			<ul style="list-style-type: none"> <li>• Esta materia se agrega a la línea de especialidad Estrategias para el desarrollo social</li> </ul>
	Optativa V Logística de fabricación	041060410			<ul style="list-style-type: none"> <li>• Esta materia se agrega a la línea de especialidad Gestión de la logística de producción</li> </ul>
	Simulación de negocios	0410605	Simulación de negocios	16651	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Se actualizó bibliografía.</li> <li>• Los contenidos de la asignatura se conservan ya que se considera que son pertinentes con el objetivo del plan de estudios</li> </ul>
	Habilidades directivas	0410606	Habilidades directivas	16661	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Se actualizó bibliografía.</li> <li>• Los contenidos de la asignatura se conservan ya que se considera que son pertinentes con el objetivo del plan de estudios</li> </ul>
	Optativa VI	0410607	Optativa VI	1667190	<ul style="list-style-type: none"> <li>•</li> </ul>
	Optativa VI Práctica de auditoría	04106071	Optativa VI Práctica de auditoría	16671901	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Se actualizó bibliografía.</li> </ul>
	Optativa VI Lenguaje y producción televisiva	04106072	Optativa VI Lenguaje y producción televisiva	16671902	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Se actualizó bibliografía.</li> </ul>
	Optativa VI Sociología del turismo	04106073	Optativa VI Sociología del turismo	16671903	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Se actualizó bibliografía.</li> </ul>
	Optativa VI Aspectos legales de los negocios electrónicos	04106074	Optativa VI Aspectos legales de los negocios electrónicos	16671904	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Se actualizó bibliografía.</li> </ul>
	Optativa VI Comunicación estratégica de la mercadotecnia	04106075	Optativa VI Comunicación estratégica de la mercadotecnia	16671905	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Se actualizó bibliografía.</li> </ul>
	Optativa VI Derecho individual del trabajo	04106076	Optativa VI Derecho individual del trabajo	16671906	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Se actualizó bibliografía.</li> </ul>
	Optativa VI Administración de eventos deportivos	04106077	Optativa VI Administración de eventos deportivos	16671907	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Se actualizó bibliografía.</li> </ul>
	Optativa VI Programación móvil	04106078	Optativa VI Programación móvil	16671908	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Se actualizó bibliografía.</li> </ul>

	Optativa VI Perspectiva de género	04106079			<ul style="list-style-type: none"> <li>• Esta materia se agrega a la línea de especialidad Estrategias para el desarrollo social</li> </ul>
	Optativa VI Logística de fabricación	041060710			<ul style="list-style-type: none"> <li>• Esta materia se agrega a la línea de especialidad Gestión de la logística de producción</li> </ul>
	Educación para la vida VI	0410608	Educación para la vida VI	16681	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Se modificaron temas y subtemas de la asignatura</li> <li>• Se actualizó bibliografía.</li> </ul>

SEMESTRE/ CUATRIMESTRE	ASIGNATURAS				JUSTIFICACIÓN	
	PLAN DE ESTUDIOS ACTUALIZADO		PLAN DE ESTUDIOS VIGENTE			
	ASIGNATURA	CLAVE	ASIGNATURA	CLAVE		
<b>Séptimo</b>	Optativa VII	0410701	Optativa VII	1671190	<ul style="list-style-type: none"> <li>•</li> </ul>	
	Optativa VII Valuación de estados financieros	04107011	Optativa VII Valuación de estados financieros	16711901	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Se actualizó bibliografía.</li> <li>• Los contenidos de la asignatura se conservan ya que se considera que son pertinentes con el objetivo del plan de estudios</li> </ul>	
	Optativa VII Producción y post producción televisiva	04107012	Optativa VII Producción y post producción televisiva	16711902	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Se actualizó bibliografía.</li> <li>• Los contenidos de la asignatura se conservan ya que se considera que son pertinentes con el objetivo del plan de estudios</li> </ul>	
	Optativa VII Cultura turística en la comunidad	04107013	Optativa VII Cultura turística en la comunidad	16711903	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Se actualizó bibliografía.</li> <li>• Los contenidos de la asignatura se conservan ya que se considera que son pertinentes con el objetivo del plan de estudios</li> </ul>	
	Optativa VII Seguridad de las tecnologías de la información	04107014	Optativa VII Seguridad de las tecnologías de la información	16711904	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Se actualizó bibliografía.</li> <li>• Los contenidos de la asignatura se conservan ya que se considera que son pertinentes con el objetivo del plan de estudios</li> </ul>	
	Optativa VII Diseño publicitario y medios de comunicación	04107015	Optativa VII Diseño publicitario y medios de comunicación	16711905	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Se actualizó bibliografía.</li> <li>• Los contenidos de la asignatura se conservan ya que se considera que son pertinentes con el objetivo del plan de estudios</li> </ul>	
	Optativa VII Derecho	04107016	Optativa VII Derecho	16711906	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Se actualizó bibliografía.</li> </ul>	

	colectivo de trabajo y seguridad social		colectivo de trabajo y seguridad social		<ul style="list-style-type: none"> <li>Los contenidos de la asignatura se conservan ya que se considera que son pertinentes con el objetivo del plan de estudios</li> </ul>
Optativa VII Legislación deportiva y ética en el deporte	04107017	Optativa VII Legislación deportiva y ética en el deporte	16711907		<ul style="list-style-type: none"> <li>Se actualizó bibliografía.</li> <li>Los contenidos de la asignatura se conservan ya que se considera que son pertinentes con el objetivo del plan de estudios</li> </ul>
Optativa VII Programación de videojuegos	04107018	Optativa VII Programación de videojuegos	16711908		<ul style="list-style-type: none"> <li>Se actualizó bibliografía.</li> <li>Los contenidos de la asignatura se conservan ya que se considera que son pertinentes con el objetivo del plan de estudios</li> </ul>
Optativa VII Diversidad y equidad	04107019				<ul style="list-style-type: none"> <li>Esta materia se agrega a la línea de especialidad Estrategias para el desarrollo social</li> </ul>
Optativa VII Transporte y distribución	041070110				<ul style="list-style-type: none"> <li>Esta materia se agrega a la línea de especialidad Gestión de la logística de producción</li> </ul>
Optativa VIII	0410702	Optativa VIII	1672190		<ul style="list-style-type: none"> <li></li> </ul>
Optativa VIII Valuación de estados financieros	04107021	Optativa VIII Valuación de estados financieros	16721901		<ul style="list-style-type: none"> <li>Se actualizó bibliografía.</li> <li>Los contenidos de la asignatura se conservan ya que se considera que son pertinentes con el objetivo del plan de estudios</li> </ul>
Optativa VIII Producción y post producción televisiva	04107022	Optativa VIII Producción y post producción televisiva	16721902		<ul style="list-style-type: none"> <li>Se actualizó bibliografía.</li> <li>Los contenidos de la asignatura se conservan ya que se considera que son pertinentes con el objetivo del plan de estudios</li> </ul>
Optativa VIII Cultura turística en la comunidad	04107023	Optativa VIII Cultura turística en la comunidad	16721903		<ul style="list-style-type: none"> <li>Se actualizó bibliografía.</li> <li>Los contenidos de la asignatura se conservan ya que se considera que son pertinentes con el objetivo del plan de estudios</li> </ul>
Optativa VIII Seguridad de las tecnologías de la información	04107024	Optativa VIII Seguridad de las tecnologías de la información	16721904		<ul style="list-style-type: none"> <li>Se actualizó bibliografía.</li> <li>Los contenidos de la asignatura se conservan ya que se considera que son pertinentes con el objetivo del plan de estudios</li> </ul>
Optativa VIII Diseño publicitario y	04107025	Optativa VIII Diseño publicitario y	16721905		<ul style="list-style-type: none"> <li>Se actualizó bibliografía.</li> <li>Los contenidos de la asignatura se conservan ya que se considera que</li> </ul>

	medios de comunicación		medios de comunicación		son pertinentes con el objetivo del plan de estudios
Optativa VIII Derecho colectivo de trabajo y seguridad social	04107026	Optativa VIII Derecho colectivo de trabajo y seguridad social	16721906	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Se actualizó bibliografía.</li> <li>• Los contenidos de la asignatura se conservan ya que se considera que son pertinentes con el objetivo del plan de estudios</li> </ul>	
Optativa VIII Legislación deportiva y ética en el deporte	04107027	Optativa VIII Legislación deportiva y ética en el deporte	16721907	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Se actualizó bibliografía.</li> <li>• Los contenidos de la asignatura se conservan ya que se considera que son pertinentes con el objetivo del plan de estudios</li> </ul>	
Optativa VIII Programación de videojuegos	04107028	Optativa VIII Programación de videojuegos	16721908	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Se actualizó bibliografía.</li> <li>• Los contenidos de la asignatura se conservan ya que se considera que son pertinentes con el objetivo del plan de estudios</li> </ul>	
Optativa VIII Diversidad y equidad	04107029			<ul style="list-style-type: none"> <li>• Esta materia se agrega a la línea de especialidad Estrategias para el desarrollo social</li> </ul>	
Optativa VIII Transporte y distribución	041070210			<ul style="list-style-type: none"> <li>• Esta materia se agrega a la línea de especialidad Gestión de la logística de producción</li> </ul>	
Optativa IX	0410703	Optativa IX	1673190	<ul style="list-style-type: none"> <li>• </li> </ul>	
Optativa IX Valuación de estados financieros	04107031	Optativa IX Valuación de estados financieros	16731901	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Se actualizó bibliografía.</li> <li>• Los contenidos de la asignatura se conservan ya que se considera que son pertinentes con el objetivo del plan de estudios</li> </ul>	
Optativa IX Producción y post producción televisiva	04107032	Optativa IX Producción y post producción televisiva	16731902	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Se actualizó bibliografía.</li> <li>• Los contenidos de la asignatura se conservan ya que se considera que son pertinentes con el objetivo del plan de estudios</li> </ul>	
Optativa IX Cultura turística en la comunidad	04107033	Optativa IX Cultura turística en la comunidad	16731903	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Se actualizó bibliografía.</li> <li>• Los contenidos de la asignatura se conservan ya que se considera que son pertinentes con el objetivo del plan de estudios</li> </ul>	
Optativa IX Seguridad de las tecnologías de la información	04107034	Optativa IX Seguridad de las tecnologías de la información	16731904	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Se actualizó bibliografía.</li> <li>• Los contenidos de la asignatura se conservan ya que se considera que son pertinentes con el objetivo del plan de estudios</li> </ul>	

	Optativa IX Diseño publicitario y medios de comunicación	04107035	Optativa IX Diseño publicitario y medios de comunicación	16731905	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Se actualizó bibliografía.</li> <li>• Los contenidos de la asignatura se conservan ya que se considera que son pertinentes con el objetivo del plan de estudios</li> </ul>
	Optativa IX Derecho colectivo de trabajo y seguridad social	04107036	Optativa IX Derecho colectivo de trabajo y seguridad social	16731906	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Se actualizó bibliografía.</li> <li>• Los contenidos de la asignatura se conservan ya que se considera que son pertinentes con el objetivo del plan de estudios</li> </ul>
	Optativa IX Legislación deportiva y ética en el deporte	04107037	Optativa IX Legislación deportiva y ética en el deporte	16731907	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Se actualizó bibliografía.</li> <li>• Los contenidos de la asignatura se conservan ya que se considera que son pertinentes con el objetivo del plan de estudios</li> </ul>
	Optativa IX Programación de videojuegos	04107038	Optativa IX Programación de videojuegos	16731908	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Se actualizó bibliografía.</li> <li>• Los contenidos de la asignatura se conservan ya que se considera que son pertinentes con el objetivo del plan de estudios</li> </ul>
	Optativa IX Diversidad y equidad	04107039			<ul style="list-style-type: none"> <li>• Esta materia se agrega a la línea de especialidad Estrategias para el desarrollo social</li> </ul>
	Optativa IX Transporte y distribución	041070310			<ul style="list-style-type: none"> <li>• Esta materia se agrega a la línea de especialidad Gestión de la logística de producción</li> </ul>
	Gestión estratégica de negocios	0410704	Gestión estratégica de negocios	16741	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Se actualizó bibliografía.</li> <li>• Los contenidos de la asignatura se conservan ya que se considera que son pertinentes con el objetivo del plan de estudios</li> </ul>
	Optativa X	0410705	Optativa X	1675190	<ul style="list-style-type: none"> <li>• </li> </ul>
	Optativa X Control y gestión	04107051	Optativa X Control y gestión	16751901	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Se actualizó bibliografía.</li> <li>• Los contenidos de la asignatura se conservan ya que se considera que son pertinentes con el objetivo del plan de estudios</li> </ul>
	Optativa X Diseño producción radiofónica	04107052	Optativa X Diseño producción radiofónica	16751902	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Se actualizó bibliografía.</li> <li>• Los contenidos de la asignatura se conservan ya que se considera que son pertinentes con el objetivo del plan de estudios</li> </ul>
	Optativa X Legislación turística	04107053	Optativa X Legislación turística	16751903	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Se actualizó bibliografía.</li> <li>• Los contenidos de la asignatura se conservan</li> </ul>

					ya que se considera que son pertinentes con el objetivo del plan de estudios
Optativa Comercio electrónico X	04107054	Optativa Comercio electrónico X	16751904		<ul style="list-style-type: none"> <li>• Se actualizó bibliografía.</li> <li>• Los contenidos de la asignatura se conservan ya que se considera que son pertinentes con el objetivo del plan de estudios</li> </ul>
Optativa Mercadotecnia del servicio X	04107055	Optativa Mercadotecnia del servicio X	16751905		<ul style="list-style-type: none"> <li>• Se actualizó bibliografía.</li> <li>• Los contenidos de la asignatura se conservan ya que se considera que son pertinentes con el objetivo del plan de estudios</li> </ul>
Optativa Análisis y evaluación de puestos X	04107056	Optativa Análisis y evaluación de puestos X	16751906		<ul style="list-style-type: none"> <li>• Se actualizó bibliografía.</li> <li>• Los contenidos de la asignatura se conservan ya que se considera que son pertinentes con el objetivo del plan de estudios</li> </ul>
Optativa Administración de instituciones deportivas X	04107057	Optativa Administración de instituciones deportivas X	16751907		<ul style="list-style-type: none"> <li>• Se actualizó bibliografía.</li> <li>• Los contenidos de la asignatura se conservan ya que se considera que son pertinentes con el objetivo del plan de estudios</li> </ul>
Optativa Programación web X	04107058	Optativa Programación web X	16751908		<ul style="list-style-type: none"> <li>• Se actualizó bibliografía.</li> <li>• Los contenidos de la asignatura se conservan ya que se considera que son pertinentes con el objetivo del plan de estudios</li> </ul>
Optativa Economía del desarrollo X	04107059				<ul style="list-style-type: none"> <li>• Esta materia se agrega a la línea de especialidad Estrategias para el desarrollo social</li> </ul>
Optativa Simulación de sistemas logísticos y productivos X	041070510				<ul style="list-style-type: none"> <li>• Esta materia se agrega a la línea de especialidad Gestión de la logística de producción</li> </ul>
Optativa XI	0410706	Optativa XI	1676190		<ul style="list-style-type: none"> <li>•</li> </ul>
Optativa Control y gestión XI y	04107061	Optativa Control y gestión XI	16761901		<ul style="list-style-type: none"> <li>• Se actualizó bibliografía.</li> <li>• Los contenidos de la asignatura se conservan ya que se considera que son pertinentes con el objetivo del plan de estudios</li> </ul>
Optativa Diseño producción radiofónica XI y	04107062	Optativa Diseño producción radiofónica XI y	16761902		<ul style="list-style-type: none"> <li>• Se actualizó bibliografía.</li> <li>• Los contenidos de la asignatura se conservan ya que se considera que son pertinentes con el</li> </ul>

					objetivo del plan de estudios
	Optativa XI Legislación turística	04107063	Optativa XI Legislación turística	16761903	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Se actualizó bibliografía.</li> <li>• Los contenidos de la asignatura se conservan ya que se considera que son pertinentes con el objetivo del plan de estudios</li> </ul>
	Optativa XI Comercio electrónico	04107064	Optativa XI Comercio electrónico	16761904	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Se actualizó bibliografía.</li> <li>• Los contenidos de la asignatura se conservan ya que se considera que son pertinentes con el objetivo del plan de estudios</li> </ul>
	Optativa XI Mercadotecnia del servicio	04107065	Optativa XI Mercadotecnia del servicio	16761905	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Se actualizó bibliografía.</li> <li>• Los contenidos de la asignatura se conservan ya que se considera que son pertinentes con el objetivo del plan de estudios</li> </ul>
	Optativa XI Análisis y evaluación de puestos	04107066	Optativa XI Análisis y evaluación de puestos	16761906	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Se actualizó bibliografía.</li> <li>• Los contenidos de la asignatura se conservan ya que se considera que son pertinentes con el objetivo del plan de estudios</li> </ul>
	Optativa XI Administración de instituciones deportivas	04107067	Optativa XI Administración de instituciones deportivas	16761907	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Se actualizó bibliografía.</li> <li>• Los contenidos de la asignatura se conservan ya que se considera que son pertinentes con el objetivo del plan de estudios</li> </ul>
	Optativa XI Programación web	04107068	Optativa XI Programación web	16761908	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Se actualizó bibliografía.</li> <li>• Los contenidos de la asignatura se conservan ya que se considera que son pertinentes con el objetivo del plan de estudios</li> </ul>
	Optativa XI Economía del desarrollo	04107069			<ul style="list-style-type: none"> <li>• Esta materia se agrega a la línea de especialidad Estrategias para el desarrollo social</li> </ul>
	Optativa XI Simulación de sistemas logísticos y productivos	041070610			<ul style="list-style-type: none"> <li>• Esta materia se agrega a la línea de especialidad Gestión de la logística de producción</li> </ul>
	Optativa XII	0410707	Optativa XII	1677190	<ul style="list-style-type: none"> <li>• </li> </ul>
	Optativa XII y Control gestión	04107071	Optativa XII y Control gestión	16771901	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Se actualizó bibliografía.</li> <li>• Los contenidos de la asignatura se conservan ya que se considera que son pertinentes con el objetivo del plan de estudios</li> </ul>

	Optativa XII Diseño y producción radiofónica	04107072	Optativa XII Diseño y producción radiofónica	16771902	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Se actualizó bibliografía.</li> <li>• Los contenidos de la asignatura se conservan ya que se considera que son pertinentes con el objetivo del plan de estudios</li> </ul>
	Optativa XII Legislación turística	04107073	Optativa XII Legislación turística	16771903	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Se actualizó bibliografía.</li> <li>• Los contenidos de la asignatura se conservan ya que se considera que son pertinentes con el objetivo del plan de estudios</li> </ul>
	Optativa XII Comercio electrónico	04107074	Optativa XII Comercio electrónico	16771904	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Se actualizó bibliografía.</li> <li>• Los contenidos de la asignatura se conservan ya que se considera que son pertinentes con el objetivo del plan de estudios</li> </ul>
	Optativa XII Mercadotecnia del servicio	04107075	Optativa XII Mercadotecnia del servicio	16771905	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Se actualizó bibliografía.</li> <li>• Los contenidos de la asignatura se conservan ya que se considera que son pertinentes con el objetivo del plan de estudios</li> </ul>
	Optativa XII Análisis y evaluación de puestos	04107076	Optativa XII Análisis y evaluación de puestos	16771906	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Se actualizó bibliografía.</li> <li>• Los contenidos de la asignatura se conservan ya que se considera que son pertinentes con el objetivo del plan de estudios</li> </ul>
	Optativa XII Administración de instituciones deportivas	04107077	Optativa XII Administración de instituciones deportivas	16771907	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Se actualizó bibliografía.</li> <li>• Los contenidos de la asignatura se conservan ya que se considera que son pertinentes con el objetivo del plan de estudios</li> </ul>
	Optativa XII Programación web	04107078	Optativa XII Programación web	16771908	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Se actualizó bibliografía.</li> <li>• Los contenidos de la asignatura se conservan ya que se considera que son pertinentes con el objetivo del plan de estudios</li> </ul>
	Optativa XII Economía del desarrollo	04107079			<ul style="list-style-type: none"> <li>• Esta materia se agrega a la línea de especialidad Estrategias para el desarrollo social</li> </ul>
	Optativa XII Simulación de sistemas logísticos y productivos	041070710			<ul style="list-style-type: none"> <li>• Esta materia se agrega a la línea de especialidad Gestión de la logística de producción</li> </ul>

SEMESTRE/ CUATRIMESTRE	ASIGNATURAS				JUSTIFICACIÓN	
	PLAN DE ESTUDIOS ACTUALIZADO		PLAN DE ESTUDIOS VIGENTE			
	ASIGNATURA	CLAVE	ASIGNATURA	CLAVE		
Octavo	Proyectos de inversión	16871	Proyectos de inversión	16871	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Se actualizó bibliografía.</li> <li>• Los contenidos de la asignatura se conservan ya que se considera que son pertinentes con el objetivo del plan de estudios</li> </ul>	
	Optativa XIII	0410801	Optativa XIII	1681190	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Se actualizó bibliografía.</li> </ul>	
	Optativa XIII Consolidación de estados financieros	04108011	Optativa XIII Consolidación de estados financieros	16811901	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Se actualizó bibliografía.</li> <li>• Los contenidos de la asignatura se conservan ya que se considera que son pertinentes con el objetivo del plan de estudios</li> </ul>	
	Optativa XIII Relaciones públicas e identidad corporativa	04108012	Optativa XIII Relaciones públicas e identidad corporativa	16811902	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Se actualizó bibliografía.</li> <li>• Los contenidos de la asignatura se conservan ya que se considera que son pertinentes con el objetivo del plan de estudios</li> </ul>	
	Optativa XIII Turismo sustentable	04108013	Optativa XIII Turismo sustentable	16811903	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Se actualizó bibliografía.</li> <li>• Los contenidos de la asignatura se conservan ya que se considera que son pertinentes con el objetivo del plan de estudios</li> </ul>	
	Optativa XIII Administración de proyectos de tecnologías de información	04108014	Optativa XIII Administración de proyectos de tecnologías de información	16811904	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Se actualizó bibliografía.</li> <li>• Los contenidos de la asignatura se conservan ya que se considera que son pertinentes con el objetivo del plan de estudios</li> </ul>	
	Optativa XIII Negocios internacionales	04108015	Optativa XIII Negocios internacionales	16811905	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Se actualizó bibliografía.</li> <li>• Los contenidos de la asignatura se conservan ya que se considera que son pertinentes con el objetivo del plan de estudios</li> </ul>	
	Optativa XIII y Sueldos salarios	04108016	Optativa XIII y Sueldos salarios	16811906	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Se actualizó bibliografía.</li> <li>• Los contenidos de la asignatura se conservan ya que se considera que son pertinentes con el objetivo del plan de estudios</li> </ul>	
	Optativa XIII Marketing Deportivo	04108017	Optativa XIII Marketing Deportivo	16811907	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Se actualizó bibliografía.</li> <li>• Los contenidos de la asignatura se conservan ya que se considera que son pertinentes con el</li> </ul>	

					objetivo del plan de estudios
	Optativa XIII Programación y Bases de Datos	04108018	Optativa XIII Programación y Bases de Datos	16811908	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Se actualizó bibliografía.</li> <li>• Los contenidos de la asignatura se conservan ya que se considera que son pertinentes con el objetivo del plan de estudios</li> </ul>
	Optativa XIII Organizaciones de la economía social	04108019			<ul style="list-style-type: none"> <li>• Esta materia se agrega a la línea de especialidad Estrategias para el desarrollo social</li> </ul>
	Optativa XIII Almacenamiento	041080110			<ul style="list-style-type: none"> <li>• Esta materia se agrega a la línea de especialidad Gestión de la logística de producción</li> </ul>
	Optativa XIV	0410802	Optativa XIV	1682190	<ul style="list-style-type: none"> <li>• </li> </ul>
	Optativa XIV Consolidación de estados financieros	04108021	Optativa XIV Consolidación de estados financieros	16821901	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Se actualizó bibliografía.</li> <li>• Los contenidos de la asignatura se conservan ya que se considera que son pertinentes con el objetivo del plan de estudios</li> </ul>
	Optativa XIV Relaciones públicas e identidad corporativa	04108022	Optativa XIV Relaciones públicas e identidad corporativa	16821902	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Se actualizó bibliografía.</li> <li>• Los contenidos de la asignatura se conservan ya que se considera que son pertinentes con el objetivo del plan de estudios</li> </ul>
	Optativa XIV Turismo sustentable	04108023	Optativa XIV Turismo sustentable	16821903	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Se actualizó bibliografía.</li> <li>• Los contenidos de la asignatura se conservan ya que se considera que son pertinentes con el objetivo del plan de estudios</li> </ul>
	Optativa XIV Administración de proyectos de tecnologías de información	04108024	Optativa XIV Administración de proyectos de tecnologías de información	16821904	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Se actualizó bibliografía.</li> <li>• Los contenidos de la asignatura se conservan ya que se considera que son pertinentes con el objetivo del plan de estudios</li> </ul>
	Optativa XIV Negocios internacionales	04108025	Optativa XIV Negocios internacionales	16821905	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Se actualizó bibliografía.</li> <li>• Los contenidos de la asignatura se conservan ya que se considera que son pertinentes con el objetivo del plan de estudios</li> </ul>
	Optativa XIV y Sueldos salarios	04108026	Optativa XIV y Sueldos salarios	16821906	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Se actualizó bibliografía.</li> <li>• Los contenidos de la asignatura se conservan ya que se considera que son pertinentes con el objetivo del plan de estudios</li> </ul>

	Optativa XIV Marketing deportivo	04108027	Optativa XIV Marketing deportivo	16821907	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Se actualizó bibliografía.</li> <li>• Los contenidos de la asignatura se conservan ya que se considera que son pertinentes con el objetivo del plan de estudios</li> </ul>
	Optativa XIV Programación y base de datos	04108028	Optativa XIV Programación y base de datos	16821908	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Se actualizó bibliografía.</li> <li>• Los contenidos de la asignatura se conservan ya que se considera que son pertinentes con el objetivo del plan de estudios</li> </ul>
	Optativa XIV Organizaciones de la economía social	04108029			<ul style="list-style-type: none"> <li>• Esta materia se agrega a la línea de especialidad Estrategias para el desarrollo social</li> </ul>
	Optativa XIV Almacenamiento	041080210			<ul style="list-style-type: none"> <li>• Esta materia se agrega a la línea de especialidad Gestión de la logística de producción</li> </ul>
	Optativa XV	0410803	Optativa XV	1683190	<ul style="list-style-type: none"> <li>• </li> </ul>
	Optativa XV Consolidación de estados financieros	04108031	Optativa XV Consolidación de estados financieros	16831901	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Se actualizó bibliografía.</li> <li>• Los contenidos de la asignatura se conservan ya que se considera que son pertinentes con el objetivo del plan de estudios</li> </ul>
	Optativa XV Relaciones públicas e identidad corporativa	04108032	Optativa XV Relaciones públicas e identidad corporativa	16831902	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Se actualizó bibliografía.</li> <li>• Los contenidos de la asignatura se conservan ya que se considera que son pertinentes con el objetivo del plan de estudios</li> </ul>
	Optativa XV Turismo sustentable	04108033	Optativa XV Turismo sustentable	16831903	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Se actualizó bibliografía.</li> <li>• Los contenidos de la asignatura se conservan ya que se considera que son pertinentes con el objetivo del plan de estudios</li> </ul>
	Optativa XV Administración de proyectos de tecnologías de información	04108034	Optativa XV Administración de proyectos de tecnologías de información	16831904	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Se actualizó bibliografía.</li> <li>• Los contenidos de la asignatura se conservan ya que se considera que son pertinentes con el objetivo del plan de estudios</li> </ul>
	Optativa XV Negocios internacionales	04108035	Optativa XV Negocios internacionales	16831905	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Se actualizó bibliografía.</li> <li>• Los contenidos de la asignatura se conservan ya que se considera que son pertinentes con el objetivo del plan de estudios</li> </ul>

	Optativa XV Sueldos y salarios	XV y	04108036	Optativa XV Sueldos y salarios	XV y	16831906	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Se actualizó bibliografía.</li> <li>• Los contenidos de la asignatura se conservan ya que se considera que son pertinentes con el objetivo del plan de estudios</li> </ul>
	Optativa XV Marketing deportivo	XV	04108037	Optativa XV Marketing deportivo	XV	16831907	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Se actualizó bibliografía.</li> <li>• Los contenidos de la asignatura se conservan ya que se considera que son pertinentes con el objetivo del plan de estudios</li> </ul>
	Optativa XV Programación y bases de datos	XV	04108038	Optativa XV Programación y bases de datos	XV	16831908	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Se actualizó bibliografía.</li> <li>• Los contenidos de la asignatura se conservan ya que se considera que son pertinentes con el objetivo del plan de estudios</li> </ul>
	Optativa XV Organizaciones de la economía social	XV	04108039				<ul style="list-style-type: none"> <li>• Esta materia se agrega a la línea de especialidad Estrategias para el desarrollo social</li> </ul>
	Optativa XV Almacenamiento	XV	041080310				<ul style="list-style-type: none"> <li>• Esta materia se agrega a la línea de especialidad Gestión de la logística de producción</li> </ul>
	Optativa XVI		0410804	Optativa XVI		1684190	<ul style="list-style-type: none"> <li>• </li> </ul>
	Optativa XVI Presupuestos	XVI	04108041	Optativa XVI Presupuestos	XVI	16841901	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Se actualizó bibliografía.</li> <li>• Los contenidos de la asignatura se conservan ya que se considera que son pertinentes con el objetivo del plan de estudios</li> </ul>
	Optativa XVI Diseño de imagen corporativa	XVI de	04108042	Optativa XVI Diseño de imagen corporativa	XVI de	16841902	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Se actualizó bibliografía.</li> <li>• Los contenidos de la asignatura se conservan ya que se considera que son pertinentes con el objetivo del plan de estudios</li> </ul>
	Optativa XVI Zonificación y desarrollo del espacio turístico	XVI	04108043	Optativa XVI Zonificación y desarrollo del espacio turístico	XVI	16841903	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Se actualizó bibliografía.</li> <li>• Los contenidos de la asignatura se conservan ya que se considera que son pertinentes con el objetivo del plan de estudios</li> </ul>
	Optativa XVI Administración de servicios de tecnologías de la información	XVI	04108044	Optativa XVI Administración de servicios de tecnologías de la información	XVI	16841904	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Se actualizó bibliografía.</li> <li>• Los contenidos de la asignatura se conservan ya que se considera que son pertinentes con el objetivo del plan de estudios</li> </ul>

	Optativa XVI Producción audiovisual	04108045	Optativa XVI Producción audiovisual	16841905	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Se actualizó bibliografía.</li> <li>• Los contenidos de la asignatura se conservan ya que se considera que son pertinentes con el objetivo del plan de estudio</li> </ul>
	Optativa XVI Desarrollo de recursos humanos	04108046	Optativa XVI Desarrollo de recursos humanos	16841906	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Se actualizó bibliografía.</li> <li>• Los contenidos de la asignatura se conservan ya que se considera que son pertinentes con el objetivo del plan de estudios</li> </ul>
	Optativa XVI Programas masivos en el deporte	04108047	Optativa XVI Programas masivos en el deporte	16841907	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Se actualizó bibliografía.</li> <li>• Los contenidos de la asignatura se conservan ya que se considera que son pertinentes con el objetivo del plan de estudio</li> </ul>
	Optativa XVI Comercio electrónico	04108048	Optativa XVI Comercio electrónico	16841908	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Se actualizó bibliografía.</li> <li>• Los contenidos de la asignatura se conservan ya que se considera que son pertinentes con el objetivo del plan de estudios</li> </ul>
	Optativa XVI Políticas de desarrollo social	04108049			<ul style="list-style-type: none"> <li>• Esta materia se agrega a la línea de especialidad Estrategias para el desarrollo social</li> </ul>
	Optativa XVI Logística integral	041080410			<ul style="list-style-type: none"> <li>• Esta materia se agrega a la línea de especialidad Gestión de la logística de producción</li> </ul>
	Optativa XVII	0410805	Optativa XVII	1685190	<ul style="list-style-type: none"> <li>• </li> </ul>
	Optativa XVII Presupuestos	04108051	Optativa XVII Presupuestos	16851901	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Se actualizó bibliografía.</li> <li>• Los contenidos de la asignatura se conservan ya que se considera que son pertinentes con el objetivo del plan de estudios</li> </ul>
	Optativa XVII Diseño de imagen corporativa	04108052	Optativa XVII Diseño de imagen corporativa	16851902	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Se actualizó bibliografía.</li> <li>• Los contenidos de la asignatura se conservan ya que se considera que son pertinentes con el objetivo del plan de estudios</li> </ul>
	Optativa XVII Zonificación y desarrollo del espacio turístico	04108053	Optativa XVII Zonificación y desarrollo del espacio turístico	16851903	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Se actualizó bibliografía.</li> <li>• Los contenidos de la asignatura se conservan ya que se considera que son pertinentes con el objetivo del plan de estudios</li> </ul>
	Optativa XVII Administración	04108054	Optativa XVII Administración	16851904	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Se actualizó bibliografía.</li> </ul>

	de servicios de tecnologías de la información		de servicios de tecnologías de la información		<ul style="list-style-type: none"> <li>Los contenidos de la asignatura se conservan ya que se considera que son pertinentes con el objetivo del plan de estudios</li> </ul>
	Optativa XVII Producción audiovisual	04108055	Optativa XVII Producción audiovisual	16851905	<ul style="list-style-type: none"> <li>Se actualizó bibliografía.</li> <li>Los contenidos de la asignatura se conservan ya que se considera que son pertinentes con el objetivo del plan de estudios</li> </ul>
	Optativa XVII Desarrollo de recursos humanos	04108056	Optativa XVII Desarrollo de recursos humanos	16851906	<ul style="list-style-type: none"> <li>Se actualizó bibliografía.</li> <li>Los contenidos de la asignatura se conservan ya que se considera que son pertinentes con el objetivo del plan de estudios</li> </ul>
	Optativa XVII Programas masivos en el deporte	04108057	Optativa XVII Programas masivos en el deporte	16851907	<ul style="list-style-type: none"> <li>Se actualizó bibliografía.</li> <li>Los contenidos de la asignatura se conservan ya que se considera que son pertinentes con el objetivo del plan de estudios</li> </ul>
	Optativa XVII Comercio electrónico	04108058	Optativa XVII Comercio electrónico	16851908	<ul style="list-style-type: none"> <li>Se actualizó bibliografía.</li> <li>Los contenidos de la asignatura se conservan ya que se considera que son pertinentes con el objetivo del plan de estudios</li> </ul>
	Optativa XVII Políticas de desarrollo social	04108059			<ul style="list-style-type: none"> <li>Esta materia se agrega a la línea de especialidad Estrategias para el desarrollo social</li> </ul>
	Optativa XVII Logística integral	041080510			<ul style="list-style-type: none"> <li>Esta materia se agrega a la línea de especialidad Gestión de la logística de producción</li> </ul>
	Optativa XVIII	0410806	Optativa XVIII	1686190	<ul style="list-style-type: none"> <li></li> </ul>
	Optativa XVIII Presupuestos	04108061	Optativa XVIII Presupuestos	16861901	<ul style="list-style-type: none"> <li>Se actualizó bibliografía.</li> <li>Los contenidos de la asignatura se conservan ya que se considera que son pertinentes con el objetivo del plan de estudios</li> </ul>
	Optativa XVIII Diseño de imagen corporativa	04108062	Optativa XVIII Diseño de imagen corporativa	16861902	<ul style="list-style-type: none"> <li>Se actualizó bibliografía.</li> <li>Los contenidos de la asignatura se conservan ya que se considera que son pertinentes con el objetivo del plan de estudios</li> </ul>
	Optativa XVIII Zonificación y	04108063	Optativa XVIII Zonificación y desarrollo del	16861903	<ul style="list-style-type: none"> <li>Se actualizó bibliografía.</li> <li>Los contenidos de la asignatura se conservan</li> </ul>

	desarrollo del espacio turístico		espacio turístico		ya que se considera que son pertinentes con el objetivo del plan de estudios
	Optativa XVIII Administración de servicios de tecnologías de la información	04108064	Optativa XVIII Administración de servicios de tecnologías de la información	16861904	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Se actualizó bibliografía.</li> <li>• Los contenidos de la asignatura se conservan ya que se considera que son pertinentes con el objetivo del plan de estudios</li> </ul>
	Optativa XVIII Producción audiovisual	04108065	Optativa XVIII Producción audiovisual	16861905	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Se actualizó bibliografía.</li> <li>• Los contenidos de la asignatura se conservan ya que se considera que son pertinentes con el objetivo del plan de estudios</li> </ul>
	Optativa XVIII Desarrollo de recursos humanos	04108066	Optativa XVIII Desarrollo de recursos humanos	16861906	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Se actualizó bibliografía.</li> <li>• Los contenidos de la asignatura se conservan ya que se considera que son pertinentes con el objetivo del plan de estudios</li> </ul>
	Optativa XVIII Programas masivos en el deporte	04108067	Optativa XVIII Programas masivos en el deporte	16861907	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Se actualizó bibliografía.</li> <li>• Los contenidos de la asignatura se conservan ya que se considera que son pertinentes con el objetivo del plan de estudios</li> </ul>
	Optativa XVIII Comercio electrónico	04108068	Optativa XVIII Comercio electrónico	16861908	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Se actualizó bibliografía.</li> <li>• Los contenidos de la asignatura se conservan ya que se considera que son pertinentes con el objetivo del plan de estudios</li> </ul>
	Optativa XVIII Políticas de desarrollo social	04108069			<ul style="list-style-type: none"> <li>• Esta materia se agrega a la línea de especialidad Estrategias para el desarrollo social</li> </ul>
	Optativa XVIII Logística integral	041080610			<ul style="list-style-type: none"> <li>• Esta materia se agrega a la línea de especialidad Gestión de la logística de producción</li> </ul>

## JUSTIFICACIÓN

Para entender lo que es un plan de estudios es necesario conocer su significado. De acuerdo a (Furlán, 1996:96) se deriva de la expresión latina: ratio studiorum, que aproximadamente significa organización racional de los estudios.

Para (Glazman e Ibarrola, 1978:13) exponen que: “El plan de estudios es la síntesis instrumental mediante la cual se seleccionan, organizan y ordenan, para fines de enseñanza, todos los aspectos de una profesión que se considera social y culturalmente valiosos, profesionalmente eficientes”.

Los planes y programas educativos deberán considerar las nuevas necesidades que plantean el mundo del trabajo y los perfiles profesionales requeridos en el contexto de las demandas en el ámbito laboral resultante de dos grandes tendencias en el mundo contemporáneo. Las transformaciones de la educación superior deberán guiarse por un criterio amplio de pertinencia social para potenciar su contribución integral al desarrollo sostenible del país y a la solución de sus problemas más graves con atención especial a las comunidades más desfavorecidas.

La Escuela de Negocios en sus más de veinte años de vida ha cumplido con su compromiso de actualizar sus planes de estudio como lo marca el reglamento general de licenciatura de la Universidad Modelo artículo 21, que se refiere a las políticas de planeación y autoevaluación institucional que la Universidad “evaluará la actualidad de sus programas de estudio y propondrá cambios en los mismos a la DEMSyS (actualmente SIIES) por lo menos cada cinco años”, como es en este caso, el programa de la licenciatura en Gestión de Negocios.

Se presenta a continuación, la actualización del Plan de estudios de la Licenciatura en Gestión de Negocios.

### Encuesta a egresados

Se procedió a realizar una investigación con los egresados de la carrera de Gestión de Negocios por el interés permanente de la escuela de negocios por conocer la situación laboral de sus egresados, por lo anterior, los objetivos específicos fueron los siguientes:

- Identificar la actividad laboral a la que se dedican los egresados.
- Conocer los puestos que ocupan.
- Determinar el tiempo que llevan trabajando en la empresa actual.

- Identificar el giro de la empresa.
- Saber las actividades que realizan en sus trabajos.
- Averiguar cuáles conocimientos adquiridos en la universidad les sirven para desempeñarse laboralmente.
- Conocer las áreas en las que consideran los egresados, necesitan fortalecer.

A continuación, se presentan los resultados:

1.- Actividad laboral a la que se dedican los egresados:

Empresa Propia	30% de los egresados
Autoempleo	20% de los egresados
Empleados de alguna empresa	50% de los egresados

2.- Puestos que ocupan los egresados en una empresa

Dirección y Gerencia	45%
Jefes de área y mandos medios	30%
Propietarios	25%

3.- Tiempo que llevan trabajando en la empresa actual

Más de 5 años	20%
De 1 a 5 años	80%

4.- Principales giros de las empresas en las que laboran los egresados

Sector público	30%
Sector privado área comercial	70%

5.- Principales actividades que los egresados realizan en sus trabajos

Administración General	45%
Ventas	20%
Servicio o asesoría al cliente	25%
Proceso de producción	10%

6.- Cinco principales conocimientos adquiridos en la universidad que les ha servido para desempeñarse laboralmente.

1. Creatividad y emprendimiento
2. Detección de necesidades y oportunidades
3. Trabajo en equipo
4. Comportamiento ético
5. Implementación de procesos

## 7.- Tres principales áreas en las que consideran los egresados, necesitan fortalecer.

Finanzas  
Tecnologías de la información  
Mercadotecnia digital

### Análisis de consistencia interna

La Escuela de negocios de la Universidad Modelo ha evaluado a profundidad el programa de la licenciatura en Gestión de Negocios y ha concluido que el objetivo, perfil de ingreso y de egreso son totalmente vigentes y acordes a las necesidades del medio, sin embargo, es importante realizar una actualización en la que se amplíen los ejes de especialidad de ocho a diez, para que los alumnos puedan optar por tres ejes de un total de diez a partir de quinto semestre, estas asignaturas se encontrarán divididas dentro del recuadro de optativa.

### Análisis del perfil de los profesores

El maestro de la Universidad Modelo entiende y asume su papel de representante, creador y transmisor del espíritu modelista. En la escuela emprende su trabajo como una manera de orientar la formación para la vida, por lo que propicia y coordina experiencias y procesos de enseñanza – aprendizaje con un propósito no solo académico, sino integral de desarrollo de la personalidad de los alumnos. Se ubica en la relación de maestro-alumno como con la actitud de “maestro-amigo”, en la que ese alumno es para él, alguien no solamente digno de respeto, sino de aprecio y confianza.

En la siguiente tabla se señalan las características de los docentes en función al tiempo que laboran y el nivel de estudios, con lo cual se sustenta la capacidad académica para impartir esta licenciatura.

Profesores por Tiempo de Labor	%	Profesor por Nivel de Formación Académica	%
Tiempo Completo	17%	Doctorado	0%
Tiempo Parcial	50%	Maestría	58%
Por Asignatura	33%	Licenciatura	42%

### Descripción de la infraestructura y equipamiento disponible

El auditorio es un espacio con capacidad para 90 personas que se utiliza para llevar a cabo diferentes actividades como conferencias, foros, talleres, entre otros. Cuenta con una pantalla de proyección y un cañón que sirven como apoyo durante su utilización.

La Biblioteca o Centro de Información tiene un acervo de 980 libros. El espacio cuenta con 6 mesas de trabajo donde los alumnos pueden permanecer mientras hacen sus consultas.

La Unidad de Radio y Televisión son estudios de grabación y producción donde se elaboran y editan programas y materiales de interés, tanto para la comunidad escolar, como de divulgación y presencia de la Universidad Modelo Valladolid en el medio social.

El Centro de Cómputo consiste en un salón equipado con cañón, pantalla de proyección y 28 computadoras de escritorio.

Contamos con Instalaciones Deportivas que constan de:

Campo de fútbol

Pista de atletismo

Domo multifuncional con capacidad para 700 personas (se emplea para actividades de índole deportiva, cultural y académica)

Específicamente, en la Escuela de Negocios contamos con:

- Aulas con aire acondicionado y cañón
- Compartimos la Cámara Gesel que sirve para la realización de los focus group que cuenta con equipo de sonido y pantalla.
- Compartimos la unidad de radio y televisión para la edición de material relacionado a campañas publicitarias en medios de comunicación

#### **Resultados EGEL- EXANI:**

El Examen General para el Egreso de la Licenciatura (EGEL) es un instrumento de evaluación de cobertura nacional cuyo propósito es determinar si los egresados que concluyen un plan de estudios de la licenciatura cuentan con los conocimientos y las habilidades que se consideran indispensables al término de su formación académica.

Los resultados se expresan en la escala índice Ceneval, escala cuyo rango de calificación va de 700 a 1 300 puntos.

El EGEL es un examen criterial; los resultados de cada sustentante se comparan contra un estándar nacional de desempeño. Se establece un estándar ideal o deseable; es decir, se define un mínimo del porcentaje de aciertos necesarios en cada área del examen que se fija en 1 000 puntos de la escala Ceneval, y los resultados superiores corresponden a un nivel de dominio satisfactorio. Una calificación igual o superior a 1 150 refleja un dominio sobresaliente.

A continuación, se presentan los resultados de los alumnos que egresaron de esta licenciatura en los últimos años.

#### **Licenciatura en Gestión de Negocios.**

Año	Sustentantes	Aún no satisfactorio	Satisfactorio	Sobresaliente
2017	0	0.0%	0.0%	0.0%
2018	1	33.3%	41.7%	25.0%
2019	4	75.0%	25.0%	0.0%
2020	6	100%	0.0%	0.0%

#### **Objetivo general**

Formar de manera multidisciplinaria profesionales con responsabilidad social, orientados a líneas de especialización que les permitan desarrollar los conocimientos, habilidades y actitudes que los hagan competentes para gestionar de manera eficiente y eficaz organizaciones con el objetivo de incrementar el valor de las mismas y contribuir al desarrollo económico y social de la región y del país.

#### **Perfil de ingreso**

El alumno que ingrese a la Licenciatura en Gestión de Negocios, deberá tener interés por el área, antecedentes académicos aceptables, así como demostrar a través de exámenes y entrevistas:

##### **CONOCIMIENTOS DE:**

- Matemáticas.
- Contabilidad.
- Estadística.
- Administración.

- Informática.
- Cultura general.

**HABILIDADES PARA:**

- La comunicación oral y escrita.
- La creatividad.
- El razonamiento.
- La integración al trabajo en equipo con espíritu de colaboración.
- La búsqueda, selección y ordenamiento de la información, así como ser capaz de identificar problemas basados en la misma.

**ACTITUDES DE:**

- Compromiso.
- Honestidad.
- Independencia.
- Cooperación y colaboración para el trabajo en equipo, con tolerancia y respeto a las ideas diferentes a las propias.
- Proactividad.
- Actitud emprendedora y de apertura al cambio.
- Espíritu de servicio.
- Liderazgo.
- Respeto al medio ambiente.
- Responsabilidad.

**Perfil de egreso**

El alumno que egrese de la Licenciatura en Gestión de Negocios habrá adquirido una sólida formación y avanzados conocimientos que le permitirán desarrollar sus aptitudes y demostrará capacidad para:

- Identificar oportunidades de negocios.
- Elaborar el plan de negocios.
- Diseñar proyectos de negocios.
- Generar soluciones sustentables a problemas de negocio a través de la integración de conocimientos, habilidades, actitudes y valores.
- Diseñar modelos de negocio sustentables.
- Actuar en correspondencia con la ética profesional y el desarrollo sustentable.

Así como también demostrará:

**CONOCIMIENTOS DE:**

- Proceso administrativo.
- Recursos Humanos.
- Recursos Financieros.
- Recursos de Tecnologías de la Información
- Recursos Materiales
- Recursos Tecnológicos
- Sistemas y Procesos

HABILIDADES PARA:

- La creatividad.
- La innovación.
- La negociación.
- La comunicación.
- El análisis.
- El diagnóstico.
- La integración.
- La evaluación.
- La investigación.
- La dirección.
- El trabajo en equipo.
- El liderazgo.

ACTITUDES DE:

- Libertad de expresión y pensamiento
- Alto sentido de responsabilidad y ética, tanto en su trabajo como en su comunidad
- Conciencia de la realidad social y responsabilidad ecológica
- Conducta emprendedora
- Tolerancia
- Proactividad
- Disposición al cambio

## Eje: Educación para la vida

La Universidad Modelo desde su fundación - en sus bases institucionales referenciadas en la filosofía educativa laica y humanista de la Escuela Modelo y en su ideario pedagógico - plantea ser un guardián permanente en la promoción y fortalecimiento de los valores, actitudes y habilidades humanas, a través del quehacer académico, deportivo, artístico, cultural y social, para alcanzar el perfil Modelista; el cual está fundamentado en valores universales del hombre como son: justicia, verdad, bondad y belleza, así como respeto y libertad de pensamiento.

El vertiginoso cambio en la dinámica de vida de las familias contemporáneas debido a las circunstancias de un mundo globalizado, hiperconectado y de inmediatez, requiere de tiempos y espacios específicos y concretos que les permitan a los alumnos el reforzamiento de la identidad Modelista y, a su vez, la consolidación de los atributos que configuran el perfil del egresado propuesto en el ideario institucional. De acuerdo con este "El egresado de la Universidad Modelo será un ser humano crítico, creativo, dinámico y solidario con habilidades y actitudes que lo comprometan con la transformación objetiva de su entorno social y natural, capaz de convivir respetuosamente con sus semejantes y con la naturaleza, ejerciendo su libertad con responsabilidad".

En este mismo orden de ideas, recientemente en la publicación de una nueva guía de orientaciones dirigida a los encargados de formular políticas educativas con miras a la prevención del extremismo violento mediante la educación, Irina Bokova, Directora General de la UNESCO afirma: "*La educación de calidad inclusiva y equitativa es una de las herramientas más poderosas para hacer frente a la propagación de las ideologías extremistas violentas*". "*Necesitamos establecer un tipo específico de educación para crear las condiciones que puedan desarrollar las resiliencias de los educandos en lo relativo a las expresiones de odio y fortalecer el compromiso de éstos con la no violencia y la paz.*"

(Recuperado mayo 16 de 2017 [http://www.unesco.org/new/es/media-services/single-view/news/unesco\\_publishes\\_new\\_guidance\\_tool\\_for\\_policy\\_makers\\_on\\_the/](http://www.unesco.org/new/es/media-services/single-view/news/unesco_publishes_new_guidance_tool_for_policy_makers_on_the/))

Con fundamento en lo anterior, en esta actualización del plan de estudios los temas y bibliografías de las seis asignaturas de este eje se han actualizado en contenido y bibliografía, con el objetivo de que nos permitan como Universidad, implementar talleres y estrategias acordes a estos requerimientos de las nuevas generaciones de alumnos, que coadyuven a cimentar su educación para la vida formando seres humanos auténticos e íntegros.

Estas seis asignaturas conforman el programa educación Para la Vida el cual se integra con tres ejes de acción: filosofía institucional, valores y desarrollo humano. La metodología de trabajo está diseñada para que el alumno curse al menos tres talleres presenciales al semestre con un total de 16 horas en fechas calendarizadas, que le permitan tener experiencias interdisciplinares que enriquezcan su formación y crecimiento en el sentido humano. La calificación de las asignaturas será cualitativa (aprobado, no aprobado), la cual se registrará de acuerdo a una rúbrica que incluirá el portafolio de evidencias correspondiente a cada taller.

En el mapa curricular se identifican las seis asignaturas con las siguientes claves:

- 16181 Educación para la vida I
- 16281 Educación para la vida II
- 16381 Educación para la vida III
- 16481 Educación para la vida IV
- 16581 Educación para la vida V
- 16681 Educación para la vida VI

En el Reglamento General de la licenciatura se especifican los criterios correspondientes para la gestión administrativa de las asignaturas previamente mencionadas de este programa.

**TABLA SUGERIDA DE EQUIVALENCIAS DE ESTUDIOS**

Semestre	Asignatura del plan de estudios en liquidación	Clave de asignatura del plan de estudios actualizado	Asignatura equivalente del plan de estudios actualizado	Criterio y porcentaje de equivalencia
Primer	Administración de los negocios I	0410101	Administración de los negocios I	Contenido 95%
	Desarrollo de habilidades para la profesión	0410102	Desarrollo de habilidades para la profesión	Contenido 95%
	Habilidades de comunicación verbal y escrita	0410103	Habilidades de comunicación verbal y escrita	Contenido 92%
	Técnicas de investigación	0410104	Técnicas de investigación	Contenido 95%
	Marco legal en los negocios	0410105	Marco legal en los negocios	Contenido 92%
	Contabilidad empresarial	0410106	Contabilidad empresarial	Contenido 92%
	Matemáticas para la administración	0410107	Matemáticas para la administración	Contenido 95%
	Educación para la Vida I	0410108	Educación para la vida I	Contenido 92%
Segundo	Administración de los Negocios II	0410201	Administración de los negocios II	Contenido 95%
	Gestión de la Innovación en Modelos de Negocios	0410202	Gestión de la innovación en modelos de negocios	Contenido 95%
	Microeconomía	0410203	Microeconomía	Contenido 95%
	Conceptos Básicos de Mercadotecnia	0410204	Conceptos básicos de mercadotecnia	Contenido 95%
	Taller de Valores Socioculturales y Mundiales	0410205	Taller de valores socioculturales y mundiales	Contenido 95%
	Contabilidad de Costos	0410206	Contabilidad de costos	Contenido 95%
	Probabilidad y Estadística	0410207	Probabilidad y estadística	Contenido 95%
	Educación para la Vida II	0410208	Educación para la vida II	Contenido 92%
Tercer	Responsabilidad Social Empresarial y Desarrollo sustentable	0410301	Responsabilidad social empresarial y desarrollo sustentable	Contenido 95%
	Gestión del Capital Humano I	0410302	Gestión del capital humano I	Contenido 92%
	Macroeconomía	0410303	Macroeconomía	Contenido 95%
	Taller de Trabajo Científico	0410304	Taller de trabajo científico	Contenido 95%
	Análisis Político y Socioeconómico de México	0410305	Análisis político y socioeconómico de México	Contenido 92%
	Contabilidad Administrativa	0410306	Contabilidad administrativa	Contenido 92%
	Estadística Aplicada	0410307	Estadística aplicada	Contenido 95%
	Educación para la Vida III	0410308	Educación para la vida III	Contenido 92%

<b>Cuarto</b>	Iniciativa Empresarial Joven I	0410401	Iniciativa empresarial joven I	Contenido 95%
	Gestión del Modelo del Servicio	0410402	Gestión del modelo del servicio	Contenido 95%
	Administración de la calidad	0410403	Administración de la calidad	Contenido 95%
	Investigación de Mercado Cualitativa	0410404	Investigación de mercado cualitativa	Contenido 95%
	Investigación de Operaciones	0410405	Investigación de operaciones	Contenido 95%
	Administración Financiera	0410406	Administración financiera	Contenido 95%
	Matemáticas Financieras	0410407	Matemáticas financieras	Contenido 95%
	Educación para la Vida IV	0410408	Educación para la vida IV	Contenido 92%
<b>Quinto</b>	Iniciativa Empresarial Joven II	0410501	Iniciativa empresarial joven II	Contenido 95%
	Optativa I	0410502	Optativa I	Contenido 95%
	Optativa I Fundamentos de Auditoría	04105021	Optativa I Fundamentos de auditoría	Contenido 95%
	Optativa I Fotografía Digital	04105022	Optativa I Fotografía digital	Contenido 95%
	Optativa I Fundamentos del Turismo	04105023	Optativa I Fundamentos del turismo	Contenido 95%
	Optativa I Taller de Diseño en Internet	04105024	Optativa I Taller de diseño en internet	Contenido 95%
	Optativa I Canales de Distribución	04105025	Optativa I Canales de distribución	Contenido 95%
	Optativa I Psicología Organizacional	04105026	Optativa I Psicología organizacional	Contenido 95%
	Optativa I Cultura Física	04105027	Optativa I Cultura Física	Contenido 95%
	Optativa I Taller de Diseño en Internet	04105028	Optativa I Taller de diseño en internet	Contenido 95%
	Administración de Operaciones I	0410503	Administración de operaciones I	Contenido 95%
	Investigación de Mercado Cuantitativa	0410504	Investigación de mercado cuantitativa	Contenido 95%
	Optativa II	0410505	Optativa II	Contenido 95%
	Optativa II Fundamentos de Auditoría	04105051	Optativa II Fundamentos de auditoría	Contenido 95%
	Optativa II Fotografía Digital	04105052	Optativa II Fotografía digital	Contenido 95%
	Optativa II Fundamentos del Turismo	04105053	Optativa II Fundamentos del turismo	Contenido 95%
	Optativa II Taller de Diseño en Internet	04105054	Optativa II Taller de diseño en internet	Contenido 95%
	Optativa II Canales de Distribución	04105055	Optativa II Canales de distribución	Contenido 95%
	Optativa II Organizacional	04105056	Optativa II Psicología organizacional	Contenido 95%
	Optativa II Cultura Física	04105057	Optativa II Cultura Física	Contenido 95%
	Optativa II Taller de Diseño en Internet	04105058	Optativa II Taller de diseño en internet	Contenido 95%
	Economía Digital	0410506	Economía Digital	Contenido 95%
	Optativa III	0410507	Optativa III	Contenido 95%

	Optativa III Fundamentos de Auditoría	04105071	Optativa III Fundamentos de auditoría	Contenido 95%
	Optativa III Fotografía Digital	04105072	Optativa III Fotografía digital	Contenido 95%
	Optativa III Fundamentos del Turismo	04105073	Optativa III Fundamentos del turismo	Contenido 95%
	Optativa III Taller de Diseño en Internet	04105074	Optativa III Taller de diseño en internet	Contenido 95%
	Optativa III Canales de Distribución	04105075	Optativa III Canales de distribución	Contenido 95%
	Optativa III Organizacional	04105076	Optativa III Psicología organizacional	Contenido 95%
	Optativa III Cultura Física	04105077	Optativa III Cultura Física	Contenido 95%
	Optativa III Taller de Diseño en Internet	04105078	Optativa III Taller de diseño en internet	Contenido 95%
	Educación para la Vida V	0410508	Educación para la Vida V	Contenido 95%
<b>Sexto</b>	Administración de Pequeñas y Medianas Empresas	0410601	Administración de pequeñas y medianas empresas	Contenido 95%
	Optativa IV	0410602	Optativa IV	Contenido 95%
	Optativa IV Práctica de Auditoría	04106021	Optativa IV Práctica de auditoría	Contenido 95%
	Optativa IV Lenguaje y Producción Televisiva	04106022	Optativa IV Lenguaje y producción televisiva	Contenido 95%
	Optativa IV Sociología del Turismo	04106023	Optativa IV Sociología del turismo	Contenido 95%
	Optativa IV Aspectos Legales de los Negocios Electrónicos	04106024	Optativa IV Aspectos legales de los negocios electrónicos	Contenido 95%
	Optativa IV Comunicación Estratégica de la Mercadotecnia	04106025	Optativa IV Comunicación estratégica de la mercadotecnia	Contenido 92%
	Optativa IV Derecho Individual del Trabajo	04106026	Optativa IV Derecho individual del trabajo	Contenido 95%
	Optativa IV Administración de Eventos Deportivos	04106027	Optativa IV Administración de eventos deportivos	Contenido 95%
	Optativa IV Programación Móvil	04106028	Optativa IV Programación móvil	Contenido 95%
	Técnicas de Negociación y Venta	0410603	Técnicas de Negociación y Venta	Contenido 95%
	Optativa V	0410604	Optativa V	Contenido 95%
	Optativa V Práctica de Auditoría	04106041	Optativa V Práctica de auditoría	Contenido 95%
	Optativa V Lenguaje y Producción Televisiva	04106042	Optativa V Lenguaje y producción televisiva	Contenido 95%
	Optativa V Sociología del Turismo	04106043	Optativa V Sociología del turismo	Contenido 92%
	Optativa V Aspectos Legales de los Negocios Electrónicos	04106044	Optativa V Aspectos legales de los negocios electrónicos	Contenido 95%
	Optativa V Comunicación Estratégica de la Mercadotecnia	04106045	Optativa V Comunicación estratégica de la mercadotecnia	Contenido 95%
	Optativa V Derecho Individual del Trabajo	04106046	Optativa V Derecho individual del trabajo	Contenido 95%
	Optativa V Administración de Eventos Deportivos	04106047	Optativa V Administración de eventos deportivos	Contenido 95%

<b>Séptimo</b>	Optativa V Programación Móvil	04106048	Optativa V Programación móvil	Contenido 95%
	Simulación de Negocios	0410605	Simulación de Negocios	Contenido 95%
	Habilidades directivas	0410606	Habilidades directivas	Contenido 95%
	Optativa VI	0410607	Optativa VI	Contenido 92%
	Optativa VI Práctica de Auditoría	04106071	Optativa VI Práctica de auditoría	Contenido 95%
	Optativa VI Lenguaje y Producción Televisiva	04106072	Optativa VI Lenguaje y producción televisiva	Contenido 95%
	Optativa VI Sociología del Turismo	04106073	Optativa VI Sociología del turismo	Contenido 95%
	Optativa VI Aspectos Legales de los Negocios Electrónicos	04106074	Optativa VI Aspectos legales de los negocios electrónicos	Contenido 95%
	Optativa VI Comunicación Estratégica de la Mercadotecnia	04106075	Optativa VI Comunicación estratégica de la mercadotecnia	Contenido 95%
	Optativa VI Derecho Individual del Trabajo	04106076	Optativa VI Derecho individual del trabajo	Contenido 95%
	Optativa VI Administración de Eventos Deportivos	04106077	Optativa VI Administración de eventos deportivos	Contenido 95%
	Optativa VI Programación Móvil	04106078	Optativa VI Programación móvil	Contenido 95%
	Educación para la Vida VI	0410608	Educación para la vida VI	Contenido 95%
	Optativa VII	0410701	Optativa VII	Contenido 95%
	Optativa VII Valuación de Estados Financieros	04107011	Optativa VII Valuación de estados financieros	Contenido 95%
	Optativa VII Producción y Post Producción Televisiva	04107012	Optativa VII Producción y post producción televisiva	Contenido 95%
	Optativa VII Cultura Turística en la Comunidad	04107013	Optativa VII Cultura turística en la comunidad	Contenido 95%
	Optativa VII Seguridad de las Tecnologías de la Información	04107014	Optativa VII Seguridad de las tecnologías de la información	Contenido 95%
	Optativa VII Diseño Publicitario y Medios de Comunicación	04107015	Optativa VII Diseño publicitario y medios de comunicación	Contenido 95%
	Optativa VII Derecho Colectivo de Trabajo y Seguridad Social	04107016	Optativa VII Derecho colectivo de trabajo y seguridad social	Contenido 95%
	Optativa VII Legislación Deportiva y Ética en el Deporte	04107017	Optativa VII Legislación deportiva y ética en el deporte	Contenido 95%
	Optativa VII Programación de Videojuegos	04107018	Optativa VII Programación de videojuegos	Contenido 95%
	Optativa VIII	0410702	Optativa VIII	Contenido 95%
	Optativa VIII Valuación de Estados Financieros	04107021	Optativa VIII Valuación de estados financieros	Contenido 95%
	Optativa VIII Producción y Post Producción Televisiva	04107022	Optativa VIII Producción y post producción televisiva	Contenido 95%
	Optativa VIII Cultura Turística en la Comunidad	04107023	Optativa VIII Cultura turística en la comunidad	Contenido 95%

Optativa VIII Seguridad de las Tecnologías de la Información	04107024	Optativa VIII Seguridad de las tecnologías de la información	Contenido 95%
Optativa VIII Diseño Publicitario y Medios de Comunicación	04107025	Optativa VIII Diseño publicitario y medios de comunicación	Contenido 95%
Optativa VIII Derecho Colectivo de Trabajo y Seguridad Social	04107026	Optativa VIII Derecho colectivo de trabajo y seguridad social	Contenido 95%
Optativa VIII Legislación Deportiva y Ética en el Deporte	04107027	Optativa VIII Legislación deportiva y ética en el deporte	Contenido 95%
Optativa VIII Programación de Videojuegos	04107028	Optativa VIII Programación de videojuegos	Contenido 95%
Optativa IX	0410703	Optativa IX	Contenido 95%
Optativa IX Valuación de Estados Financieros	04107031	Optativa IX Valuación de estados financieros	Contenido 95%
Optativa IX Producción y Post Producción Televisiva	04107032	Optativa IX Producción y post producción televisiva	Contenido 95%
Optativa IX Cultura Turística en la Comunidad	04107033	Optativa IX Cultura turística en la comunidad	Contenido 95%
Optativa IX Seguridad de las Tecnologías de la Información	04107034	Optativa IX Seguridad de las tecnologías de la información	Contenido 95%
Optativa IX Diseño Publicitario y Medios de Comunicación	04107035	Optativa IX Diseño publicitario y medios de comunicación	Contenido 95%
Optativa IX Derecho Colectivo de Trabajo y Seguridad Social	04107036	Optativa IX Derecho colectivo de trabajo y seguridad social	Contenido 95%
Optativa IX Legislación Deportiva y Ética en el Deporte	04107037	Optativa IX Legislación deportiva y ética en el deporte	Contenido 95%
Optativa IX Programación de Videojuegos	04107038	Optativa IX Programación de videojuegos	Contenido 95%
Gestión estratégica de negocios	0410704	Gestión estratégica de negocios	Contenido 95%
Optativa X	0410705	Optativa X	Contenido 95%
Optativa X Control y Gestión	04107051	Optativa X Control y gestión	Contenido 95%
Optativa X Diseño y Producción Radiofónica	04107052	Optativa X Diseño y producción radiofónica	Contenido 95%
Optativa X Legislación Turística	04107053	Optativa X Legislación turística	Contenido 95%
Optativa X Comercio Electrónico	04107054	Optativa X Comercio electrónico	Contenido 95%
Optativa X Mercadotecnia del Servicio	04107055	Optativa X Mercadotecnia del servicio	Contenido 95%
Optativa X Análisis y Evaluación de Puestos	04107056	Optativa X Análisis y evaluación de puestos	Contenido 95%
Optativa X Administración de Instituciones Deportivas	04107057	Optativa X Administración de instituciones deportivas	Contenido 95%
Optativa X Programación Web	04107058	Optativa X Programación web	Contenido 95%
Optativa XI	0410706	Optativa XI	Contenido 95%
Optativa XI Control y Gestión	04107061	Optativa XI Control y gestión	Contenido 95%
Optativa XI Diseño y Producción Radiofónica	04107062	Optativa XI Diseño y producción radiofónica	Contenido 95%
Optativa XI Legislación Turística	04107063	Optativa XI Legislación turística	Contenido 95%

	Optativa XI Comercio Electrónico	04107064	Optativa XI Comercio electrónico	Contenido 95%
	Optativa XI Mercadotecnia del Servicio	04107065	Optativa XI Mercadotecnia del servicio	Contenido 95%
	Optativa XI Análisis y Evaluación de Puestos	04107066	Optativa XI Análisis y evaluación de puestos	Contenido 95%
	Optativa XI Administración de Instituciones Deportivas	04107067	Optativa XI Administración de instituciones deportivas	Contenido 95%
	Optativa XI Programación Web	04107068	Optativa XI Programación web	Contenido 95%
	Optativa XII	0410707	Optativa XII	Contenido 95%
	Optativa XII Control y Gestión	04107071	Optativa XII Control y gestión	Contenido 95%
	Optativa XII Diseño y Producción Radiofónica	04107072	Optativa XII Diseño y producción radiofónica	Contenido 95%
	Optativa XII Legislación Turística	04107073	Optativa XII Legislación turística	Contenido 95%
	Optativa XII Comercio Electrónico	04107074	Optativa XII Comercio electrónico	Contenido 95%
	Optativa XII Mercadotecnia del Servicio	04107075	Optativa XII Mercadotecnia del servicio	Contenido 95%
	Optativa XII Análisis y Evaluación de Puestos	04107076	Optativa XII Análisis y evaluación de puestos	Contenido 95%
	Optativa XII Administración de Instituciones Deportivas	04107077	Optativa XII Administración de instituciones deportivas	Contenido 95%
	Optativa XII Programación Web	04107078	Optativa XII Programación web	Contenido 95%
Octavo	Optativa XIII	0410801	Optativa XIII	Contenido 95%
	Optativa XIII Consolidación de Estados Financieros	04108011	Optativa XIII Consolidación de estados financieros	Contenido 95%
	Optativa XIII Relaciones Públicas e Identidad Corporativa	04108012	Optativa XIII Relaciones públicas e identidad corporativa	Contenido 95%
	Optativa XIII Turismo Sustentable	04108013	Optativa XIII Turismo sustentable	Contenido 95%
	Optativa XIII Administración de Proyectos de Tecnologías de Información	04108014	Optativa XIII Administración de proyectos de tecnologías de información	Contenido 95%
	Optativa XIII Negocios Internacionales	04108015	Optativa XIII Negocios internacionales	Contenido 95%
	Optativa XIII Sueldos y Salarios	04108016	Optativa XIII Sueldos y salarios	Contenido 95%
	Optativa XIII Marketing Deportivo	04108017	Optativa XIII Marketing deportivo	Contenido 95%
	Optativa XIII Programación y Bases de Datos	04108018	Optativa XIII Programación y bases de datos	Contenido 95%
	Optativa XIV	0410802	Optativa XIV	Contenido 95%
	Optativa XIV Consolidación de Estados Financieros	04108021	Optativa XIV Consolidación de estados financieros	Contenido 95%
	Optativa XIV Relaciones Públicas e Identidad Corporativa	04108022	Optativa XIV Relaciones públicas e identidad corporativa	Contenido 95%
	Optativa XIV Turismo Sustentable	04108023	Optativa XIV Turismo sustentable	Contenido 95%
	Optativa XIV Administración de Proyectos de Tecnologías de Información	04108024	Optativa XIV Administración de proyectos de tecnologías de información	Contenido 95%
	Optativa XIV Negocios Internacionales	04108025	Optativa XIV Negocios internacionales	Contenido 95%

Optativa XIV Sueldos y Salarios	04108026	Optativa XIV Sueldos y salarios	Contenido 95%
Optativa XIV Marketing Deportivo	04108027	Optativa XIV Marketing deportivo	Contenido 95%
Optativa XIV Programación y Bases de Datos	04108028	Optativa XIV Programación y bases de datos	Contenido 95%
Optativa XV	0410803	Optativa XV	Contenido 95%
Optativa XV Consolidación de Estados Financieros	04108031	Optativa XV Consolidación de estados financieros	Contenido 95%
Optativa XV Relaciones Públicas e Identidad Corporativa	04108032	Optativa XV Relaciones públicas e identidad corporativa	Contenido 95%
Optativa XV Turismo Sustentable	04108033	Optativa XV Turismo sustentable	Contenido 95%
Optativa XV Administración de Proyectos de Tecnologías de Información	04108034	Optativa XV Administración de proyectos de tecnologías de información	Contenido 95%
Optativa XV Negocios Internacionales	04108035	Optativa XV Negocios internacionales	Contenido 95%
Optativa XV Sueldos y Salarios	04108036	Optativa XV Sueldos y salarios	Contenido 95%
Optativa XV Marketing Deportivo	04108037	Optativa XV Marketing deportivo	Contenido 95%
Optativa XV Programación y Bases de Datos	04108038	Optativa XV Programación y bases de datos	Contenido 95%
Optativa XVI	0410804	Optativa XVI	Contenido 95%
Optativa XVI Presupuestos	04108041	Optativa XVI Presupuestos	Contenido 95%
Optativa XVI Diseño de Imagen Corporativa	04108042	Optativa XVI Diseño de imagen corporativa	Contenido 95%
Optativa XVI Zonificación y Desarrollo del Espacio Turístico	04108043	Optativa XVI Zonificación y desarrollo del espacio turístico	Contenido 95%
Optativa XVI Administración de Servicios de Tecnologías de la Información	04108044	Optativa XVI Administración de servicios de tecnologías de la información	Contenido 95%
Optativa XVI Producción Audiovisual	04108045	Optativa XVI Producción audiovisual	Contenido 95%
Optativa XVI Desarrollo de Recursos Humanos	04108046	Optativa XVI Desarrollo de recursos humanos	Contenido 95%
Optativa XVI Programas Masivos en el Deporte	04108047	Optativa XVI Programas masivos en el deporte	Contenido 95%
Optativa XVI Comercio Electrónico	04108048	Optativa XVI Comercio electrónico	Contenido 95%
Optativa XVII	0410805	Optativa XVII	Contenido 95%
Optativa XVII Presupuestos	04108051	Optativa XVII Presupuestos	Contenido 95%
Optativa XVII Diseño de Imagen Corporativa	04108052	Optativa XVII Diseño de imagen corporativa	Contenido 95%
Optativa XVII Zonificación y Desarrollo del Espacio Turístico	04108053	Optativa XVII Zonificación y desarrollo del espacio turístico	Contenido 95%
Optativa XVII Administración de Servicios de Tecnologías de la Información	04108054	Optativa XVII Administración de servicios de tecnologías de la información	Contenido 95%
Optativa XVII Producción Audiovisual	04108055	Optativa XVII Producción audiovisual	Contenido 95%

Optativa XVII Desarrollo de Recursos Humanos	04108056	Optativa XVII Desarrollo de recursos humanos	Contenido 95%
Optativa XVII Programas Masivos en el Deporte	04108057	Optativa XVII Programas masivos en el deporte	Contenido 95%
Optativa XVII Comercio Electrónico	04108058	Optativa XVII Comercio electrónico	Contenido 95%
Optativa XVIII	0410806	Optativa XVIII	Contenido 95%
Optativa XVIII Presupuestos	04108061	Optativa XVIII Presupuestos	Contenido 95%
Optativa XVIII Diseño de Imagen Corporativa	04108062	Optativa XVIII Diseño de imagen corporativa	Contenido 95%
Optativa XVIII Zonificación y Desarrollo del Espacio Turístico	04108063	Optativa XVIII Zonificación y desarrollo del espacio turístico	Contenido 95%
Optativa XVIII Administración de Servicios de Tecnologías de la Información	04108064	Optativa XVIII Administración de servicios de tecnologías de la información	Contenido 95%
Optativa XVIII Producción Audiovisual	04108065	Optativa XVIII Producción audiovisual	Contenido 95%
Optativa XVIII Desarrollo de Recursos Humanos	04108066	Optativa XVIII Desarrollo de recursos humanos	Contenido 95%
Optativa XVIII Programas Masivos en el Deporte	04108067	Optativa XVIII Programas masivos en el deporte	Contenido 95%
Optativa XVIII Comercio Electrónico	04108068	Optativa XVIII Comercio electrónico	Contenido 95%
Proyectos de Inversión	0410807	Proyectos de inversión	Contenido 95%

**MAPA CURRICULAR**

UNIVERSIDAD MODELO VALLADOLID  
LICENCIATURA EN GESTIÓN DE NEGOCIOS  
NIVEL EDUCATIVO: LICENCIATURA  
MODALIDAD: ESCOLAR (PRESENCIAL)  
DURACIÓN DEL SEMESTRE: 16 SEMANAS

PRIMER SEMESTRE	SEGUNDO SEMESTRE	TERCER SEMESTRE	CUARTO SEMESTRE	QUINTO SEMESTRE	SEXTO SEMESTRE	SÉPTIMO SEMESTRE	OCTAVO SEMESTRE																																																																
0410101 Administración de los Negocios I <table border="1"><tr><td>S</td><td>D</td><td>I</td><td>C</td></tr><tr><td>n</td><td>4</td><td>3</td><td>7</td></tr></table>	S	D	I	C	n	4	3	7	0410201 Administración de los negocios II <table border="1"><tr><td>S</td><td>D</td><td>I</td><td>C</td></tr><tr><td>n</td><td>4</td><td>2</td><td>6</td></tr></table>	S	D	I	C	n	4	2	6	0410301 Responsabilidad social empresarial y desarrollo sustentable <table border="1"><tr><td>S</td><td>D</td><td>I</td><td>C</td></tr><tr><td>n</td><td>4</td><td>3</td><td>7</td></tr></table>	S	D	I	C	n	4	3	7	0410401 Iniciativa empresarial joven I <table border="1"><tr><td>S</td><td>D</td><td>I</td><td>C</td></tr><tr><td>n</td><td>4</td><td>3</td><td>7</td></tr></table>	S	D	I	C	n	4	3	7	0410501 Iniciativa empresarial joven II <table border="1"><tr><td>S</td><td>D</td><td>I</td><td>C</td></tr><tr><td>n</td><td>4</td><td>3</td><td>7</td></tr></table>	S	D	I	C	n	4	3	7	0410601 Administración de pequeñas y medianas empresas <table border="1"><tr><td>S</td><td>D</td><td>I</td><td>C</td></tr><tr><td>n</td><td>4</td><td>3</td><td>7</td></tr></table>	S	D	I	C	n	4	3	7	0410701 Optativa VII <table border="1"><tr><td>S</td><td>D</td><td>I</td><td>C</td></tr><tr><td>n</td><td>4</td><td>2</td><td>6</td></tr></table>	S	D	I	C	n	4	2	6	0410801 Optativa XIII <table border="1"><tr><td>S</td><td>D</td><td>I</td><td>C</td></tr><tr><td>n</td><td>4</td><td>2</td><td>6</td></tr></table>	S	D	I	C	n	4	2	6
S	D	I	C																																																																				
n	4	3	7																																																																				
S	D	I	C																																																																				
n	4	2	6																																																																				
S	D	I	C																																																																				
n	4	3	7																																																																				
S	D	I	C																																																																				
n	4	3	7																																																																				
S	D	I	C																																																																				
n	4	3	7																																																																				
S	D	I	C																																																																				
n	4	3	7																																																																				
S	D	I	C																																																																				
n	4	2	6																																																																				
S	D	I	C																																																																				
n	4	2	6																																																																				
0410102 Desarrollo de habilidades para la profesión <table border="1"><tr><td>S</td><td>D</td><td>I</td><td>C</td></tr><tr><td>n</td><td>2</td><td>1</td><td>3</td></tr></table>	S	D	I	C	n	2	1	3	0410202 Gestión de la innovación en modelos de negocios <table border="1"><tr><td>S</td><td>D</td><td>I</td><td>C</td></tr><tr><td>n</td><td>4</td><td>3</td><td>7</td></tr></table>	S	D	I	C	n	4	3	7	0410302 Gestión del capital humano <table border="1"><tr><td>S</td><td>D</td><td>I</td><td>C</td></tr><tr><td>n</td><td>4</td><td>2</td><td>6</td></tr></table>	S	D	I	C	n	4	2	6	0410402 Gestión del modelo del servicio <table border="1"><tr><td>S</td><td>D</td><td>I</td><td>C</td></tr><tr><td>n</td><td>4</td><td>3</td><td>7</td></tr></table>	S	D	I	C	n	4	3	7	0410502 Optativa I <table border="1"><tr><td>S</td><td>D</td><td>I</td><td>C</td></tr><tr><td>n</td><td>4</td><td>3</td><td>7</td></tr></table>	S	D	I	C	n	4	3	7	0410602 Optativa IV <table border="1"><tr><td>S</td><td>D</td><td>I</td><td>C</td></tr><tr><td>n</td><td>4</td><td>2</td><td>6</td></tr></table>	S	D	I	C	n	4	2	6	0410702 Optativa VIII <table border="1"><tr><td>S</td><td>D</td><td>I</td><td>C</td></tr><tr><td>n</td><td>4</td><td>3</td><td>7</td></tr></table>	S	D	I	C	n	4	3	7	0410802 Optativa XIV <table border="1"><tr><td>S</td><td>D</td><td>I</td><td>C</td></tr><tr><td>n</td><td>4</td><td>2</td><td>6</td></tr></table>	S	D	I	C	n	4	2	6
S	D	I	C																																																																				
n	2	1	3																																																																				
S	D	I	C																																																																				
n	4	3	7																																																																				
S	D	I	C																																																																				
n	4	2	6																																																																				
S	D	I	C																																																																				
n	4	3	7																																																																				
S	D	I	C																																																																				
n	4	3	7																																																																				
S	D	I	C																																																																				
n	4	2	6																																																																				
S	D	I	C																																																																				
n	4	3	7																																																																				
S	D	I	C																																																																				
n	4	2	6																																																																				
0410103 Habilidades de comunicación verbal y escrita <table border="1"><tr><td>S</td><td>D</td><td>I</td><td>C</td></tr><tr><td>n</td><td>4</td><td>3</td><td>7</td></tr></table>	S	D	I	C	n	4	3	7	0410203 Microeconomía <table border="1"><tr><td>S</td><td>D</td><td>I</td><td>C</td></tr><tr><td>n</td><td>4</td><td>3</td><td>7</td></tr></table>	S	D	I	C	n	4	3	7	0410303 Macroeconomía <table border="1"><tr><td>S</td><td>D</td><td>I</td><td>C</td></tr><tr><td>n</td><td>4</td><td>3</td><td>7</td></tr></table>	S	D	I	C	n	4	3	7	0410403 Administración de la calidad <table border="1"><tr><td>S</td><td>D</td><td>I</td><td>C</td></tr><tr><td>n</td><td>4</td><td>3</td><td>7</td></tr></table>	S	D	I	C	n	4	3	7	0410503 Administración de operaciones <table border="1"><tr><td>S</td><td>D</td><td>I</td><td>C</td></tr><tr><td>n</td><td>4</td><td>3</td><td>7</td></tr></table>	S	D	I	C	n	4	3	7	0410603 Técnicas de negociación y ventas <table border="1"><tr><td>S</td><td>D</td><td>I</td><td>C</td></tr><tr><td>n</td><td>4</td><td>3</td><td>7</td></tr></table>	S	D	I	C	n	4	3	7	0410703 Optativa IX <table border="1"><tr><td>S</td><td>D</td><td>I</td><td>C</td></tr><tr><td>n</td><td>4</td><td>3</td><td>7</td></tr></table>	S	D	I	C	n	4	3	7	0410803 Optativa XV <table border="1"><tr><td>S</td><td>D</td><td>I</td><td>C</td></tr><tr><td>n</td><td>4</td><td>2</td><td>6</td></tr></table>	S	D	I	C	n	4	2	6
S	D	I	C																																																																				
n	4	3	7																																																																				
S	D	I	C																																																																				
n	4	3	7																																																																				
S	D	I	C																																																																				
n	4	3	7																																																																				
S	D	I	C																																																																				
n	4	3	7																																																																				
S	D	I	C																																																																				
n	4	3	7																																																																				
S	D	I	C																																																																				
n	4	3	7																																																																				
S	D	I	C																																																																				
n	4	3	7																																																																				
S	D	I	C																																																																				
n	4	2	6																																																																				
0410104 Técnicas de investigación <table border="1"><tr><td>S</td><td>D</td><td>I</td><td>C</td></tr><tr><td>n</td><td>4</td><td>2</td><td>6</td></tr></table>	S	D	I	C	n	4	2	6	0410204 Conceptos básicos de mercadotecnia <table border="1"><tr><td>S</td><td>D</td><td>I</td><td>C</td></tr><tr><td>n</td><td>4</td><td>3</td><td>7</td></tr></table>	S	D	I	C	n	4	3	7	0410304 Taller de trabajo científico <table border="1"><tr><td>S</td><td>D</td><td>I</td><td>C</td></tr><tr><td>n</td><td>4</td><td>2</td><td>6</td></tr></table>	S	D	I	C	n	4	2	6	0410404 Investigación de mercado cualitativa <table border="1"><tr><td>S</td><td>D</td><td>I</td><td>C</td></tr><tr><td>n</td><td>6</td><td>4</td><td>10</td></tr></table>	S	D	I	C	n	6	4	10	0410504 Investigación de mercado cuantitativa <table border="1"><tr><td>S</td><td>D</td><td>I</td><td>C</td></tr><tr><td>n</td><td>6</td><td>4</td><td>10</td></tr></table>	S	D	I	C	n	6	4	10	0410604 Optativa V <table border="1"><tr><td>S</td><td>D</td><td>I</td><td>C</td></tr><tr><td>n</td><td>4</td><td>2</td><td>6</td></tr></table>	S	D	I	C	n	4	2	6	0410704 Gestión estratégica de Negocios <table border="1"><tr><td>S</td><td>D</td><td>I</td><td>C</td></tr><tr><td>n</td><td>4</td><td>3</td><td>7</td></tr></table>	S	D	I	C	n	4	3	7	0410804 Optativa XVI <table border="1"><tr><td>S</td><td>D</td><td>I</td><td>C</td></tr><tr><td>n</td><td>4</td><td>3</td><td>7</td></tr></table>	S	D	I	C	n	4	3	7
S	D	I	C																																																																				
n	4	2	6																																																																				
S	D	I	C																																																																				
n	4	3	7																																																																				
S	D	I	C																																																																				
n	4	2	6																																																																				
S	D	I	C																																																																				
n	6	4	10																																																																				
S	D	I	C																																																																				
n	6	4	10																																																																				
S	D	I	C																																																																				
n	4	2	6																																																																				
S	D	I	C																																																																				
n	4	3	7																																																																				
S	D	I	C																																																																				
n	4	3	7																																																																				
0410105 Marco legal en los negocios <table border="1"><tr><td>S</td><td>D</td><td>I</td><td>C</td></tr><tr><td>n</td><td>4</td><td>2</td><td>6</td></tr></table>	S	D	I	C	n	4	2	6	0410205 Taller de valores socioculturales y mundiales <table border="1"><tr><td>S</td><td>D</td><td>I</td><td>C</td></tr><tr><td>n</td><td>4</td><td>2</td><td>6</td></tr></table>	S	D	I	C	n	4	2	6	0410305 Análisis político y socioeconómico de México <table border="1"><tr><td>S</td><td>D</td><td>I</td><td>C</td></tr><tr><td>n</td><td>4</td><td>3</td><td>7</td></tr></table>	S	D	I	C	n	4	3	7	0410405 Investigación de operaciones <table border="1"><tr><td>S</td><td>D</td><td>I</td><td>C</td></tr><tr><td>n</td><td>4</td><td>3</td><td>7</td></tr></table>	S	D	I	C	n	4	3	7	0410505 Optativa II <table border="1"><tr><td>S</td><td>D</td><td>I</td><td>C</td></tr><tr><td>n</td><td>4</td><td>3</td><td>7</td></tr></table>	S	D	I	C	n	4	3	7	0410605 Simulación de negocios <table border="1"><tr><td>S</td><td>D</td><td>I</td><td>C</td></tr><tr><td>n</td><td>4</td><td>3</td><td>7</td></tr></table>	S	D	I	C	n	4	3	7	0410705 Optativa X <table border="1"><tr><td>S</td><td>D</td><td>I</td><td>C</td></tr><tr><td>n</td><td>4</td><td>2</td><td>6</td></tr></table>	S	D	I	C	n	4	2	6	0410805 Optativa XVII <table border="1"><tr><td>S</td><td>D</td><td>I</td><td>C</td></tr><tr><td>n</td><td>4</td><td>2</td><td>6</td></tr></table>	S	D	I	C	n	4	2	6
S	D	I	C																																																																				
n	4	2	6																																																																				
S	D	I	C																																																																				
n	4	2	6																																																																				
S	D	I	C																																																																				
n	4	3	7																																																																				
S	D	I	C																																																																				
n	4	3	7																																																																				
S	D	I	C																																																																				
n	4	3	7																																																																				
S	D	I	C																																																																				
n	4	3	7																																																																				
S	D	I	C																																																																				
n	4	2	6																																																																				
S	D	I	C																																																																				
n	4	2	6																																																																				
0410106 Contabilidad empresarial <table border="1"><tr><td>S</td><td>D</td><td>I</td><td>C</td></tr><tr><td>n</td><td>4</td><td>3</td><td>7</td></tr></table>	S	D	I	C	n	4	3	7	0410206 Contabilidad de costos <table border="1"><tr><td>S</td><td>D</td><td>I</td><td>C</td></tr><tr><td>n</td><td>4</td><td>3</td><td>7</td></tr></table>	S	D	I	C	n	4	3	7	0410306 Contabilidad administrativa <table border="1"><tr><td>S</td><td>D</td><td>I</td><td>C</td></tr><tr><td>n</td><td>4</td><td>3</td><td>7</td></tr></table>	S	D	I	C	n	4	3	7	0410406 Administración financiera <table border="1"><tr><td>S</td><td>D</td><td>I</td><td>C</td></tr><tr><td>n</td><td>4</td><td>3</td><td>7</td></tr></table>	S	D	I	C	n	4	3	7	0410506 Economía digital <table border="1"><tr><td>S</td><td>D</td><td>I</td><td>C</td></tr><tr><td>n</td><td>4</td><td>3</td><td>7</td></tr></table>	S	D	I	C	n	4	3	7	0410606 Habilidades directivas <table border="1"><tr><td>S</td><td>D</td><td>I</td><td>C</td></tr><tr><td>n</td><td>4</td><td>3</td><td>7</td></tr></table>	S	D	I	C	n	4	3	7	0410706 Optativa XI <table border="1"><tr><td>S</td><td>D</td><td>I</td><td>C</td></tr><tr><td>n</td><td>4</td><td>2</td><td>6</td></tr></table>	S	D	I	C	n	4	2	6	0410806 Optativa XVIII <table border="1"><tr><td>S</td><td>D</td><td>I</td><td>C</td></tr><tr><td>n</td><td>4</td><td>2</td><td>6</td></tr></table>	S	D	I	C	n	4	2	6
S	D	I	C																																																																				
n	4	3	7																																																																				
S	D	I	C																																																																				
n	4	3	7																																																																				
S	D	I	C																																																																				
n	4	3	7																																																																				
S	D	I	C																																																																				
n	4	3	7																																																																				
S	D	I	C																																																																				
n	4	3	7																																																																				
S	D	I	C																																																																				
n	4	3	7																																																																				
S	D	I	C																																																																				
n	4	2	6																																																																				
S	D	I	C																																																																				
n	4	2	6																																																																				
0410107 Matemáticas para la administración <table border="1"><tr><td>S</td><td>D</td><td>I</td><td>C</td></tr><tr><td>n</td><td>4</td><td>3</td><td>7</td></tr></table>	S	D	I	C	n	4	3	7	0410207 Probabilidad y estadística <table border="1"><tr><td>S</td><td>D</td><td>I</td><td>C</td></tr><tr><td>n</td><td>4</td><td>3</td><td>7</td></tr></table>	S	D	I	C	n	4	3	7	0410307 Estadística aplicada <table border="1"><tr><td>S</td><td>D</td><td>I</td><td>C</td></tr><tr><td>n</td><td>4</td><td>3</td><td>7</td></tr></table>	S	D	I	C	n	4	3	7	0410407 Matemáticas financieras <table border="1"><tr><td>S</td><td>D</td><td>I</td><td>C</td></tr><tr><td>n</td><td>4</td><td>3</td><td>7</td></tr></table>	S	D	I	C	n	4	3	7	0410507 Optativa III <table border="1"><tr><td>S</td><td>D</td><td>I</td><td>C</td></tr><tr><td>n</td><td>4</td><td>3</td><td>7</td></tr></table>	S	D	I	C	n	4	3	7	0410607 Optativa VI <table border="1"><tr><td>S</td><td>D</td><td>I</td><td>C</td></tr><tr><td>n</td><td>4</td><td>2</td><td>6</td></tr></table>	S	D	I	C	n	4	2	6	0410707 Optativa XII <table border="1"><tr><td>S</td><td>D</td><td>I</td><td>C</td></tr><tr><td>n</td><td>4</td><td>2</td><td>6</td></tr></table>	S	D	I	C	n	4	2	6	0410807 Proyectos de inversión <table border="1"><tr><td>S</td><td>D</td><td>I</td><td>C</td></tr><tr><td>n</td><td>4</td><td>3</td><td>7</td></tr></table>	S	D	I	C	n	4	3	7
S	D	I	C																																																																				
n	4	3	7																																																																				
S	D	I	C																																																																				
n	4	3	7																																																																				
S	D	I	C																																																																				
n	4	3	7																																																																				
S	D	I	C																																																																				
n	4	3	7																																																																				
S	D	I	C																																																																				
n	4	3	7																																																																				
S	D	I	C																																																																				
n	4	2	6																																																																				
S	D	I	C																																																																				
n	4	2	6																																																																				
S	D	I	C																																																																				
n	4	3	7																																																																				
0410108 Educación para la vida I <table border="1"><tr><td>S</td><td>D</td><td>I</td><td>C</td></tr><tr><td>n</td><td>1</td><td>0</td><td>1</td></tr></table>	S	D	I	C	n	1	0	1	0410208 Educación para la vida II <table border="1"><tr><td>S</td><td>D</td><td>I</td><td>C</td></tr><tr><td>n</td><td>1</td><td>0</td><td>1</td></tr></table>	S	D	I	C	n	1	0	1	0410308 Educación para la vida III <table border="1"><tr><td>S</td><td>D</td><td>I</td><td>C</td></tr><tr><td>n</td><td>1</td><td>0</td><td>1</td></tr></table>	S	D	I	C	n	1	0	1	0410408 Educación para la vida IV <table border="1"><tr><td>S</td><td>D</td><td>I</td><td>C</td></tr><tr><td>n</td><td>1</td><td>0</td><td>1</td></tr></table>	S	D	I	C	n	1	0	1	0410508 Educación para la vida V <table border="1"><tr><td>S</td><td>D</td><td>I</td><td>C</td></tr><tr><td>n</td><td>1</td><td>0</td><td>1</td></tr></table>	S	D	I	C	n	1	0	1	0410608 Educación para la vida VI <table border="1"><tr><td>S</td><td>D</td><td>I</td><td>C</td></tr><tr><td>n</td><td>1</td><td>0</td><td>1</td></tr></table>	S	D	I	C	n	1	0	1																		
S	D	I	C																																																																				
n	1	0	1																																																																				
S	D	I	C																																																																				
n	1	0	1																																																																				
S	D	I	C																																																																				
n	1	0	1																																																																				
S	D	I	C																																																																				
n	1	0	1																																																																				
S	D	I	C																																																																				
n	1	0	1																																																																				
S	D	I	C																																																																				
n	1	0	1																																																																				
Total semana	Total semana	Total semana	Total semana	Total semana	Total semana	Total semana	Total semana																																																																
3712	3712	3712	3712	3712	3712	3712	3712																																																																
Total de horas con docente	Total de horas con docente	Total de horas con docente	Total de horas con docente	Total de horas con docente	Total de horas con docente	Total de horas con docente	Total de horas con docente																																																																
3712	3712	3712	3712	3712	3712	3712	3712																																																																
Total de horas de estudio independiente	Total de horas de estudio independiente	Total de horas de estudio independiente	Total de horas de estudio independiente	Total de horas de estudio independiente	Total de horas de estudio independiente	Total de horas de estudio independiente	Total de horas de estudio independiente																																																																
2416	2416	2416	2416	2416	2416	2416	2416																																																																
Total de horas del plan de estudios	Total de horas del plan de estudios	Total de horas del plan de estudios	Total de horas del plan de estudios	Total de horas del plan de estudios	Total de horas del plan de estudios	Total de horas del plan de estudios	Total de horas del plan de estudios																																																																
6128	6128	6128	6128	6128	6128	6128	6128																																																																
Total de créditos del plan de estudios	Total de créditos del plan de estudios	Total de créditos del plan de estudios	Total de créditos del plan de estudios	Total de créditos del plan de estudios	Total de créditos del plan de estudios	Total de créditos del plan de estudios	Total de créditos del plan de estudios																																																																
383	383	383	383	383	383	383	383																																																																

S: Clave de seriación

D: Horas con docente

I: Horas de estudio independiente

C: Créditos de la asignatura

## ESQUEMA DEL PLAN DE ESTUDIOS

NOMBRE DE LA INSTITUCIÓN: UNIVERSIDAD MODELO VALLADOLID

NOMBRE DEL PLAN DE  
ESTUDIOS: LICENCIATURA EN GESTIÓN DE NEGOCIOS

NIVEL EDUCATIVO: LICENCIATURA

MODALIDAD: ESCOLAR (PRESENCIAL)

TIPO DE CICLO: SEMESTRAL

DURACIÓN DEL SEMESTRE: 16 SEMANAS

DURACIÓN DEL PLAN DE  
ESTUDIOS: 8 SEMESTRES

NIVEL EDUCATIVO  
ANTECEDENTE: BACHILLERATO

### VIGENCIA DEL PLAN DE ESTUDIOS A PARTIR DEL CICLO ESCOLAR 2022 -2023

#### OBJETIVO GENERAL DEL PLAN DE ESTUDIOS

Formar de manera multidisciplinaria profesionales con responsabilidad social, orientados a líneas de especialización que les permitan desarrollar los conocimientos, habilidades y actitudes que los hagan competentes para gestionar de manera eficiente y eficaz organizaciones con el objetivo de incrementar el valor de las mismas y contribuir al desarrollo económico y social de la región y del país.

## PERFIL DE EGRESO

El alumno que egrese de la Licenciatura en Gestión de Negocios habrá adquirido una sólida formación y avanzados conocimientos que le permitirán desarrollar sus aptitudes y demostrará capacidad para:

- Identificar oportunidades de negocios.
- Elaborar y ejecutar el plan de negocios.
- Diseñar proyectos de negocios.
- Generar soluciones sustentables a problemas de negocio a través de la integración de conocimientos, habilidades, actitudes y valores.
- Diseñar modelos de negocio sustentables.
- Actuar en correspondencia con la ética profesional y el desarrollo sustentable.

Así como también demostrará:

### CONOCIMIENTOS DE:

- Proceso Administrativo
- Recursos Humanos
- Recursos Financieros
- Recursos de Tecnologías de la Información
- Recursos Materiales
- Recursos Tecnológicos
- Sistemas y Procesos

### HABILIDADES PARA:

- La creatividad
- La innovación
- La negociación
- La comunicación
- El análisis
- El diagnóstico
- La integración
- La evaluación
- La investigación
- La dirección
- El trabajo en equipo
- El liderazgo

### ACTITUDES DE:

- Libertad de expresión y pensamiento
- Alto sentido de responsabilidad y ética, tanto en su trabajo como en su comunidad
- Conciencia de la realidad social y responsabilidad ecológica
- Conducta emprendedora
- Tolerancia
- Proactividad
- Disposición al cambio

**LISTADO COMPLETO DE ASIGNATURAS**

Semestre	Nombre de Asignatura	Clave de asignatura	Clave de la Asignatura seriada	Horas por semestre		Créditos	Instalaciones
				Con docente	De estudio independiente		
Primer	Administración de los negocios I	0410101	n	64	48	7	A
	Desarrollo de habilidades para la profesión	0410102	n	32	16	3	A
	Habilidades de comunicación verbal y escrita	0410103	n	64	48	7	A
	Técnicas de investigación	0410104	n	64	32	6	A
	Marco legal en los negocios	0410105	n	64	32	6	A
	Contabilidad empresarial	0410106	n	64	48	7	A
	Matemáticas para la administración	0410107	n	64	48	7	A
	Educación para la vida I	0410108	n	16	0	1	A
Totales del semestre				432	272	44	

Semestre	Nombre de Asignatura	Clave de asignatura	Clave de la Asignatura seriada	Horas por semestre		Créditos	Instalaciones
				Con docente	De estudio independiente		
Segundo	Administración de los negocios II	0410201	0410101	64	32	6	A
	Gestión de la innovación en modelos de negocios	0410202	N	64	48	7	A
	Microeconomía	0410203	N	64	48	7	A
	Conceptos básicos de mercadotecnia	0410204	N	64	48	7	A
	Taller de valores socioculturales y mundiales	0410205	N	64	32	6	A
	Contabilidad de costos	0410206	0410106	64	48	7	A
	Probabilidad y estadística	0410207	n	64	48	7	A, L
	Educación para la vida II	0410208	n	16	0	1	A
Totales del semestre				464	304	48	

Semestre	Nombre de Asignatura	Clave de asignatura	Clave de la Asignatura seriada	Horas por semestre		Créditos	Instalaciones
				Con docente	De estudio independiente		
Tercer	Responsabilidad social empresarial y desarrollo sustentable	0410301	n	64	48	7	A, L, E
	Gestión del capital humano	0410302	n	64	32	6	A, L
	Macroeconomía	0410303	n	64	48	7	A
	Taller de trabajo científico	0410304	0410104	64	32	6	A
	Análisis político y socioeconómico de México	0410305	n	64	48	7	A
	Contabilidad administrativa	0410306	n	64	48	7	A
	Estadística aplicada	0410307	n	64	48	7	A
	Educación para la vida III	0410308	n	16	0	1	A
Totales del semestre				464	304	48	

Semestre	Nombre de Asignatura	Clave de asignatura	Clave de la Asignatura seriada	Horas por semestre		Créditos	Instalaciones
				Con docente	De estudio independiente		
Cuarto	Iniciativa empresarial joven I	0410401	n	64	48	7	A, E
	Gestión del modelo del servicio	0410402	n	64	48	7	A
	Administración de la calidad	0410403	n	64	48	7	A
	Investigación de mercado cualitativa	0410404	n	96	64	10	A, L, E
	Investigación de operaciones	0410405	n	64	48	7	A, L
	Administración financiera	0410406	n	64	48	7	A
	Matemáticas financieras	0410407	n	64	48	7	A
	Educación para la vida IV	0410408	n	16	0	1	A
Totales del semestre				496	352	53	

Semestre	Nombre de Asignatura	Clave de asignatura	Clave de la Asignatura seriada	Horas por semestre		Créditos	Instalaciones
				Con docente	De estudio independiente		
Quinto	Iniciativa empresarial joven II	0410501	n	64	48	7	A, L, E
	Optativa I	0410502	n	64	48	7	A, L
	Administración de operaciones	0410503	n	64	48	7	A, L
	Investigación de mercado cuantitativa	0410504	n	96	64	10	A
	Optativa II	0410505	n	64	48	7	A, L
	Economía digital	0410506	n	64	48	7	A
	Optativa III	0410507	n	64	48	7	A, L
	Educación para la vida V	0410508	n	16	0	1	A
Totales del semestre				496	352	53	

Semestre	Nombre de Asignatura	Clave de asignatura	Clave de la Asignatura seriada	Horas por semestre		Créditos	Instalaciones
				Con docente	De estudio independiente		
Sexto	Administración de pequeñas y medianas empresas	0410601	n	64	48	7	A, L
	Optativa IV	0410602	n	64	32	6	A, L
	Técnicas de negociación y ventas	0410603	n	64	48	7	A
	Optativa V	0410604	n	64	32	6	A, L
	Simulación de negocios	0410605	n	64	48	7	A, L
	Habilidades directivas	0410606	n	64	48	7	A, L
	Optativa VI	0410607	n	64	32	6	A, L
	Educación para la vida VI	0410608	n	16	0	1	A
Totales del semestre				464	288	47	

Semestre	Nombre de Asignatura	Clave de asignatura	Clave de la Asignatura seriada	Horas por semestre		Créditos	Instalaciones
				Con docente	De estudio independiente		
Séptimo	Optativa VII	0410701	n	64	48	7	A, L
	Optativa VIII	0410702	n	64	48	7	A, L
	Optativa IX	0410703	n	64	48	7	A, L
	Gestión estratégica de negocios	0410704	n	64	48	7	A, O
	Optativa X	0410705	n	64	32	6	A, L
	Optativa XI	0410706	n	64	32	6	A, L
	Optativa XII	0410707	n	64	32	6	A, L
Totales del semestre				448	288	46	

Semestre	Nombre de Asignatura	Clave de asignatura	Clave de la Asignatura seriada	Horas por semestre		Créditos	Instalaciones
				Con docente	De estudio independiente		
Octavo	Optativa XIII	0410801	n	64	32	6	A, L
	Optativa XIV	0410802	n	64	32	6	A, L
	Optativa XV	0410803	n	64	32	6	A, L
	Optativa XVI	0410804	n	64	48	7	A, L
	Optativa XVII	0410805	n	64	32	6	A, L
	Optativa XVIII	0410806	n	64	32	6	A, L
	Proyectos de inversión	0410807	n	64	48	7	A
Totales del semestre				448	256	44	

### LISTADO COMPLETO DE ASIGNATURAS OPTATIVAS

Semestre	Nombre de Asignatura	Clave de Asignatura	Clave de la asignatura seriada	Horas por semestre		Créditos	Instalaciones
				Con docente	De estudio independiente		
Quinto	Optativa I	0410502					
	Fundamentos de auditoría	04105021	n	64	48	7	A
	Fotografía digital	04105022	n	64	48	7	A, L, E
	Fundamentos del turismo	04105023	n	64	48	7	A, L
	Taller de diseño en internet	04105024	n	64	48	7	A, L
	Canales de distribución	04105025	n	64	48	7	A, L
	Psicología organizacional	04105026	n	64	48	7	A, L, E
	Cultura física	04105027	n	64	48	7	A, L
	Taller de diseño en internet	04105028	n	64	48	7	A, L
	Estado y democracia	04105029	n	64	48	7	A, L
	Aprovisionamiento	041050210	n	64	48	7	A, L

Semestre	Nombre de Asignatura	Clave de Asignatura	Clave de la asignatura seriada	Horas por semestre		Créditos	Instalaciones
				Con docente	De estudio independiente		
Quinto	Optativa II	0410505					
	Fundamentos de auditoría	04105051	n	64	48	7	A
	Fotografía digital	04105052	n	64	48	7	A, L, E
	Fundamentos del turismo	04105053	n	64	48	7	A, L
	Taller de diseño en internet	04105054	n	64	48	7	A, L
	Canales de distribución	04105055	n	64	48	7	A, L
	Psicología organizacional	04105056	n	64	48	7	A, L, E
	Cultura física	04105057	n	64	48	7	A, L
	Taller de diseño en internet	04105058	n	64	48	7	A, L
	Estado y democracia	04105059	n	64	48	7	A, L
	Aprovisionamiento	041050510	n	64	48	7	A, L

Semestre	Nombre de Asignatura	Clave de Asignatura	Clave de la asignatura seriada	Horas por semestre		Créditos	Instalaciones
				Con docente	De estudio independiente		
Quinto	Optativa III	0410507					
	Fundamentos de auditoría	04105071	n	64	48	7	A
	Fotografía digital	04105072	n	64	48	7	A, L, E
	Fundamentos del turismo	04105073	n	64	48	7	A, L
	Taller de diseño en internet	04105074	n	64	48	7	A, L
	Canales de distribución	04105075	n	64	48	7	A, L
	Psicología organizacional	04105076	n	64	48	7	A, L, E
	Cultura física	04105077	n	64	48	7	A, L
	Taller de diseño en internet	04105078	n	64	48	7	A, L
	Estado y democracia	04105079	n	64	48	7	A, L
	Aprovisionamiento	041050710	n	64	48	7	A, L

Semestre	Nombre de Asignatura	Clave de Asignatura	Clave de la asignatura seriada	Horas por semestre		Créditos	Instalaciones
				Con docente	De estudio independiente		
Sexto	Optativa IV	0410602					
	Práctica de auditoría	04106021	n	64	32	6	A
	Lenguaje y producción televisiva	04106022	n	64	32	6	A, L
	Sociología del turismo	04106023	n	64	32	6	A, L, E
	Aspectos legales de los negocios electrónicos	04106024	n	64	32	6	A, L
	Comunicación estratégica de la mercadotecnia	04106025	n	64	32	6	A, L
	Derecho individual del trabajo	04106026	n	64	32	6	A, L, E
	Administración de eventos deportivos	04106027	n	64	32	6	A
	Programación móvil	04106028	n	64	32	6	A, L
	Perspectiva de género	04106029	n	64	32	6	A, L
	Logística de fabricación	041060210	n	64	32	6	A, L

Semestre	Nombre de Asignatura	Clave de Asignatura	Clave de la asignatura seriada	Horas por semestre		Créditos	Instalaciones
				Con docente	De estudio independiente		
Sexto	Optativa V	0410604					
	Práctica de auditoría	04106041	n	64	32	6	A
	Lenguaje y producción televisiva	04106042	n	64	32	6	A, L
	Sociología del turismo	04106043	n	64	32	6	A, L, E
	Aspectos legales de los negocios electrónicos	04106044	n	64	32	6	A, L
	Comunicación estratégica de la mercadotecnia	04106045	n	64	32	6	A, L
	Derecho individual del trabajo	04106046	n	64	32	6	A, L, E
	Administración de eventos deportivos	04106047	n	64	32	6	A
	Programación móvil	04106048	n	64	32	6	A, L
	Perspectiva de género	04106049	n	64	32	6	A, L
	Logística de fabricación	041060410	n	64	32	6	A, L

Semestre	Nombre de Asignatura	Clave de Asignatura	Clave de la asignatura seriada	Horas por semestre		Créditos	Instalaciones
				Con docente	De estudio independiente		
Sexto	Optativa VI	0410607					
	Práctica de auditoría	04106071	n	64	32	6	A
	Lenguaje y producción televisiva	04106072	n	64	32	6	A, L
	Sociología del turismo	04106073	n	64	32	6	A, L, E
	Aspectos legales de los negocios electrónicos	04106074	n	64	32	6	A, L
	Comunicación estratégica de la mercadotecnia	04106075	n	64	32	6	A, L
	Derecho individual del trabajo	04106076	n	64	32	6	A, L, E
	Administración de eventos deportivos	04106077	n	64	32	6	A
	Programación móvil	04106078	n	64	32	6	A, L
	Perspectiva de género	04106079	n	64	32	6	A, L
	Logística de fabricación	041060710	n	64	32	6	A, L

Semestre	Nombre de Asignatura	Clave de Asignatura	Clave de la asignatura seriada	Horas por semestre		Créditos	Instalaciones
				Con docente	De estudio independiente		
Séptimo	Optativa VII	0410701					
	Valuación de estados financieros	04107011	n	64	48	7	A
	Producción y post producción televisiva	04107012	n	64	48	7	A, L
	Cultura turística en la comunidad	04107013	n	64	48	7	A, L, E
	Seguridad de las tecnologías de la Información	04107014	n	64	48	7	A, L
	Diseño publicitario y medios de comunicación	04107015	n	64	48	7	A, L
	Derecho colectivo de trabajo y seguridad social	04107016	n	64	48	7	A, L, E
	Legislación deportiva y ética en el deporte	04107017	n	64	48	7	A, L
	Programación de videojuegos	04107018	n	64	48	7	A, L
	Diversidad y equidad	04107019	n	64	48	7	A, L
	Transporte y distribución	041070110	n	64	48	7	A, L

Semestre	Nombre de Asignatura	Clave de Asignatura	Clave de la asignatura seriada	Horas por semestre		Créditos	Instalaciones
				Con docente	De estudio independiente		
Séptimo	Optativa VIII	0410702					
	Valuación de estados financieros	04107021	n	64	48	7	A
	Producción y post producción televisiva	04107022	n	64	48	7	A, L
	Cultura turística en la comunidad	04107023	n	64	48	7	A, L, E
	Seguridad de las tecnologías de la Información	04107024	n	64	48	7	A, L
	Diseño publicitario y medios de comunicación	04107025	n	64	48	7	A, L
	Derecho colectivo de trabajo y seguridad social	04107026	n	64	48	7	A, L, E
	Legislación deportiva y ética en el deporte	04107027	n	64	48	7	A, L
	Programación de videojuegos	04107028	n	64	48	7	A, L
	Diversidad y equidad	04107029	n	64	48	7	A, L
	Transporte y distribución	041070210	n	64	48	7	A, L

Semestre	Nombre de Asignatura	Clave de Asignatura	Clave de la asignatura seriada	Horas por semestre		Créditos	Instalaciones
				Con docente	De estudio independiente		
Séptimo	Optativa IX	0410703					
	Valuación de estados financieros	04107031	n	64	48	7	A
	Producción y post producción televisiva	04107032	n	64	48	7	A, L
	Cultura turística en la comunidad	04107033	n	64	48	7	A, L, E
	Seguridad de las tecnologías de la Información	04107034	n	64	48	7	A, L
	Diseño publicitario y medios de comunicación	04107035	n	64	48	7	A, L
	Derecho colectivo de trabajo y seguridad social	04107036	n	64	48	7	A, L, E
	Legislación deportiva y ética en el deporte	04107037	n	64	48	7	A, L
	Programación de videojuegos	04107038	n	64	48	7	A, L
	Diversidad y equidad	04107039	n	64	48	7	A, L
	Transporte y distribución	041070310	n	64	48	7	A, L

Semestre	Nombre de Asignatura	Clave de Asignatura	Clave de la asignatura seriada	Horas por semestre		Créditos	Instalaciones
				Con docente	De estudio independiente		
Séptimo	Optativa X	0410705					
	Control y gestión	04107051	n	64	32	6	A
	Diseño y producción radiofónica	04107052	n	64	32	6	A, L
	Legislación turística	04107053	n	64	32	6	A, L
	Comercio electrónico	04107054	n	64	32	6	A, L
	Mercadotecnia del servicio	04107055	n	64	32	6	A, L
	Análisis y evaluación de puestos	04107056	n	64	32	6	A, L
	Administración de instituciones deportivas	04107057	n	64	32	6	A, L
	Programación web	04107058	n	64	32	6	A, L
	Economía del desarrollo	04107059	n	64	32	6	A, L
	Simulación de sistemas logísticos y productivos	041070510	n	64	32	6	A, L

Semestre	Nombre de Asignatura	Clave de Asignatura	Clave de la asignatura seriada	Horas por semestre		Créditos	Instalaciones
				Con docente	De estudio independiente		
Séptimo	Optativa XI	0410706					
	Control y gestión	04107061	n	64	32	6	A
	Diseño y producción radiofónica	04107062	n	64	32	6	A, L
	Legislación turística	04107063	n	64	32	6	A, L
	Comercio electrónico	04107064	n	64	32	6	A, L
	Mercadotecnia del servicio	04107065	n	64	32	6	A, L
	Análisis y evaluación de puestos	04107066	n	64	32	6	A, L
	Administración de instituciones deportivas	04107067	n	64	32	6	A, L
	Programación web	04107068	n	64	32	6	A, L
	Economía del desarrollo	04107069	n	64	32	6	A, L
	Simulación de sistemas logísticos y productivos	041070610	n	64	32	6	A, L

Semestre	Nombre de Asignatura	Clave de Asignatura	Clave de la asignatura seriada	Horas por semestre		Créditos	Instalaciones
				Con docente	De estudio independiente		
Séptimo	Optativa XII	0410707					
	Control y gestión	04107071	n	64	32	6	A
	Diseño y producción radiofónica	04107072	n	64	32	6	A, L
	Legislación turística	04107073	n	64	32	6	A, L
	Comercio electrónico	04107074	n	64	32	6	A, L
	Mercadotecnia del servicio	04107075	n	64	32	6	A, L
	Análisis y evaluación de puestos	04107076	n	64	32	6	A, L
	Administración de instituciones deportivas	04107077	n	64	32	6	A, L
	Programación web	04107078	n	64	32	6	A, L
	Economía del desarrollo	04107079	n	64	32	6	A, L
	Simulación de sistemas logísticos y productivos	041070710	n	64	32	6	A, L

Semestre	Nombre de Asignatura	Clave de Asignatura	Clave de la asignatura seriada	Horas por semestre		Créditos	Instalaciones
				Con docente	De estudio independiente		
Octavo	Optativa XIII	0410801					
	Consolidación de estados financieros	04108011	n	64	32	6	A
	Relaciones públicas e identidad corporativa	04108012	n	64	32	6	A, L
	Turismo sustentable	04108013	n	64	32	6	A, L
	Administración de proyectos de tecnologías de información	04108014	n	64	32	6	A, L
	Negocios internacionales	04108015	n	64	32	6	A, L
	Sueldos y salarios	04108016	n	64	32	6	A, L
	Marketing deportivo	04108017	n	64	32	6	A, L
	Programación y bases de datos	04108018	n	64	32	6	A, L
	Organizaciones de la economía social	04108019	n	64	32	6	A, L
	Almacenamiento	041080110	n	64	32	6	A, L

Semestre	Nombre de Asignatura	Clave de Asignatura	Clave de la asignatura seriada	Horas por semestre		Créditos	Instalaciones
				Con docente	De estudio independiente		
Octavo	Optativa XIV	0410802					
	Consolidación de estados financieros	04108021	n	64	32	6	A
	Relaciones públicas e identidad corporativa	04108022	n	64	32	6	A, L
	Turismo sustentable	04108023	n	64	32	6	A, L
	Administración de proyectos de tecnologías de información	04108024	n	64	32	6	A, L
	Negocios internacionales	04108025	n	64	32	6	A, L
	Sueldos y salarios	04108026	n	64	32	6	A, L
	Marketing deportivo	04108027	n	64	32	6	A, L
	Programación y bases de datos	04108028	n	64	32	6	A, L
	Organizaciones de la economía social	04108029	n	64	32	6	A, L
	Almacenamiento	041080210	n	64	32	6	A, L

Semestre	Nombre de Asignatura	Clave de Asignatura	Clave de la asignatura seriada	Horas por semestre		Créditos	Instalaciones
				Con docente	De estudio independiente		
Octavo	Optativa XV	0410803					
	Consolidación de estados financieros	04108031	n	64	32	6	A
	Relaciones públicas e identidad corporativa	04108032	n	64	32	6	A, L
	Turismo sustentable	04108033	n	64	32	6	A, L
	Administración de proyectos de tecnologías de información	04108034	n	64	32	6	A, L
	Negocios internacionales	04108035	n	64	32	6	A, L
	Sueldos y salarios	04108036	n	64	32	6	A, L
	Marketing deportivo	04108037	n	64	32	6	A, L
	Programación y bases de datos	04108038	n	64	32	6	A, L
	Organizaciones de la economía social	04108039	n	64	32	6	A, L
	Almacenamiento	041080310	n	64	32	6	A, L

Semestre	Nombre de Asignatura	Clave de Asignatura	Clave de la asignatura seriada	Horas por semestre		Créditos	Instalaciones
				Con docente	De estudio independiente		
Octavo	Optativa XVI	0410804					
	Presupuestos	04108041	n	64	48	7	A, L
	Diseño de imagen corporativa	04108042	n	64	48	7	A, L
	Zonificación y desarrollo del espacio turístico	04108043	n	64	48	7	A, L
	Administración de servicios de tecnologías de la información	04108044	n	64	48	7	A, L
	Producción audiovisual	04108045	n	64	48	7	A, L
	Desarrollo de recursos humanos	04108046	n	64	48	7	A, L
	Programas masivos en el deporte	04108047	n	64	48	7	A, L
	Comercio electrónico	04108048	n	64	48	7	A, L
	Políticas de desarrollo social	04108049	n	64	48	7	A, L
	Logística integral	041080410	n	64	48	7	A, L

Semestre	Nombre de Asignatura	Clave de Asignatura	Clave de la asignatura seriada	Horas por semestre		Créditos	Instalaciones
				Con docente	De estudio independiente		
Octavo	Optativa XVII	0410805					
	Presupuestos	04108051	n	64	32	6	A, L
	Diseño de imagen corporativa	04108052	n	64	32	6	A, L
	Zonificación y desarrollo del espacio turístico	04108053	n	64	32	6	A, L
	Administración de servicios de tecnologías de la información	04108054	n	64	32	6	A, L
	Producción audiovisual	04108055	n	64	32	6	A, L
	Desarrollo de recursos humanos	04108056	n	64	32	6	A, L
	Programas masivos en el deporte	04108057	n	64	32	6	A, L
	Comercio electrónico	04108058	n	64	32	6	A, L
	Políticas de desarrollo social	04108059	n	64	32	6	A, L
	Logística integral	041080510	n	64	32	6	A, L

Semestre	Nombre de Asignatura	Clave de Asignatura	Clave de la asignatura seriada	Horas por semestre		Créditos	Instalaciones
				Con docente	De estudio independiente		
Octavo	Optativa XVIII	0410806					
	Presupuestos	04108061	n	64	32	6	A, L
	Diseño de imagen corporativa	04108062	n	64	32	6	A, L
	Zonificación y desarrollo del espacio turístico	04108063	n	64	32	6	A, L
	Administración de servicios de tecnologías de la información	04108064	n	64	32	6	A, L
	Producción audiovisual	04108065	n	64	32	6	A, L
	Desarrollo de recursos humanos	04108066	n	64	32	6	A, L
	Programas masivos en el deporte	04108067	n	64	32	6	A, L
	Comercio electrónico	04108068	n	64	32	6	A, L
	Políticas de desarrollo social	04108069	n	64	32	6	A, L
	Logística integral	041080610	n	64	32	6	A, L

**RESUMEN DE CARGAS HORARIAS Y DE CRÉDITOS****ASIGNATURAS OPTATIVAS**

TOTAL DE HORAS CON DOCENTE:	1,152
TOTAL DE HORAS DE ESTUDIO INDEPENDIENTE:	688
TOTAL DE CRÉDITOS:	115

**TOTALES DEL PLAN DE ESTUDIOS**

TOTAL DE HORAS CON DOCENTE:	3,712
TOTAL DE HORAS DE ESTUDIO INDEPENDIENTE:	2,416
TOTAL DE HORAS:	6,128
TOTAL DE CRÉDITOS:	383

**RESPONSABLE DEL PLAN DE ESTUDIOS**

FIRMA:	
NOMBRE(S):	CARLOS
APELLIDO PATERNO:	SAURI
APELLIDO MATERNO:	DUCH
REPRESENTANTE LEGAL DE LA PERSONA MORAL QUE SOLICITA	





**Plan de Estudios:**  
**Licenciatura en Gestión de Negocios**  
**Programa de asignatura**

Asignatura: Administración de los negocios I

Semestre: Primero

Modalidad: Escolar (Presencial)

Clave de la asignatura: 0410101

Clave de la asignatura seriada: n

Duración total en horas:	112	Horas totales docente:	64	Horas totales de estudio independiente:	48	Créditos:	7
--------------------------	-----	------------------------	----	---	----	-----------	---

**Objetivo de la asignatura:**

Reconocer y analizar el desarrollo histórico de la administración, así como las principales escuelas de las teorías administrativas.

**Contenido temático:**

**I. La Administración**

- 1.1 Definiciones y características de la administración, según diversos autores
- 1.2 Características de la administración
- 1.3 La administración como disciplina
- 1.4 Objetivos y tareas del administrador
- 1.5 Perfil, funciones y campo de la administración
- 1.6 Administración en empresas públicas y en empresas privadas

**II. Responsabilidad Social de la Administración**

- 2.1 Importancia de la responsabilidad social
- 2.2 Cultura socialmente responsable

**III. Relaciones de la Administración con otras disciplinas**

- 3.1 Derecho
- 3.2 Economía
- 3.3 Sociología
- 3.4 Psicología
- 3.5 Corrientes de la Administración

**IV. La Administración Científica**

- 4.1 Precursores
- 4.2 Taylor y sus aportaciones
- 4.3 Seguidores y críticos de Taylor

- V. La Escuela Clásica de la Administración**
  - 5.1. Aportaciones de Fayol
  - 5.2. Seguidores y críticos de Fayol
- VI. El Humano Relacionismo**
  - 6.1. Elton Mayo
  - 6.2. Seguidores y críticos de Mayo
- VII. El Estructuralismo**
  - 7.1. Modelo Burocrático
  - 7.2. Origen
  - 7.3. Tipos de sociedad y autoridad
  - 7.4. Modelo de Weber y sus funciones
  - 7.5. Apreciación crítica
  - 7.6. Teoría Estructuralista
  - 7.7. Origen
  - 7.8. Etzioni, desarrollo de las organizaciones y tipología
- VIII. Enfoque del Comportamiento**
  - 8.1. Origen de la teoría del comportamiento
  - 8.2. Teoría de Herzberg
  - 8.3. Teoría de Maslow
  - 8.4. Teoría de McGregor
  - 8.5. Sistemas de Administración de Likert
  - 8.6. Simón y el proceso decisivo.
  - 8.7. Apreciación crítica
- IX. El Enfoque de Sistemas**
  - 8.8. Origen del sistema abierto
  - 8.9. Principales conceptos
  - 8.10. Clasificación de los sistemas
  - 8.11. Propiedades de los sistemas
  - 8.12. Organización como sistema abierto
  - 8.13. Modelo de Katz y Kahn
- X. La Escuela Neohumano-Relacionista**
  - 10.1. El aspecto humano de las empresas
  - 10.2. Aportaciones de Douglas McGregor, Teoría X y Y
- XI. Administración del Cambio.**
  - 11.1. ¿Qué es el cambio y como lo enfrentan los gerentes?
  - 11.2. ¿Cómo manejan los gerentes la resistencia al cambio?
  - 11.3. Cuáles son algunas técnicas para reducir la resistencia al cambio organizacional.
- XII. Toma de Decisiones**
  - 12.1. ¿Cómo toman decisiones los administradores?
  - 12.2. ¿Qué define un problema de decisión?
  - 12.3. ¿Qué es lo relevante en el proceso de toma de decisiones?
  - 12.4. ¿Cómo pondera los criterios y analiza las alternativas quien toma las decisiones?
  - 12.5. ¿Qué determina la mejor opción?
  - 12.6. ¿Cuál es el último paso en el proceso de decisión?

### XIII. Planeación

- 13.1. Elementos del proceso
- 13.2. Interrelación de funciones
- 13.3. Misión
- 13.4. Objetivos
- 13.5. Estrategias
- 13.6. Visión
- 13.7. Políticas
- 13.8. Administración Estratégica
- 13.9. Importancia de la Administración Estratégica
- 13.10. Pasos de la Administración Estratégica
- 13.11. Armas estratégicas con que cuentan los gerentes.
- 13.12. Estrategias que utilizan los administradores.

#### **Criterios de evaluación:**

1) Evaluaciones parciales	40%
2) Tareas y participación	30%
3) Evaluación final	30%
	100%

#### **Estrategias de enseñanza:**

Con docente:

- Clase expositiva y demostrativa
- Exposición de investigaciones y experiencias
- Dinámicas grupales

De estudio independiente:

- Realizar investigaciones
- Análisis de casos, ensayos
- Lecturas recomendadas

#### **Instalaciones y equipo especial:**

- Aula
- Proyector

#### **Recursos y tecnologías de la información:**

- Lap tops e internet

**Perfil Idóneo del docente:**

- a. Nivel Educativo: Licenciatura
- b. Área de conocimiento: Ciencias Sociales, Administración y Derecho.
- c. Campo laboral y profesional: Administración y Empresas
- d. Experiencia docente: 2 años en Licenciatura.

**Orientaciones bibliográficas:**

- Robbins, S. (2017). Fundamentos de Administración. México: Ed. Pearson.
- Mancillas, E. (2017). Introducción a los Negocios. México: Ed. Trillas.
- Fred, R. (2018) . Conceptos administración Estratégica. México. Ed. Pearson.
- Munch, L. ( 2017). Fundamentos de Administración. México. Ed. Trillas.
- Torres, Z. ( 2017). Teoria General de la Administración. México. Ed.Patria.



**Plan de Estudios:**  
**Licenciatura en Gestión de Negocios**  
**Programa de asignatura**

Asignatura: Desarrollo de habilidades para la profesión

Semestre: Primero

Modalidad: Escolar (Presencial)

Clave de la asignatura: 0410102

Clave de la asignatura seriada: n

Duración total en horas:	48	Horas totales docente:	32	Horas totales de estudio independiente:	16	Créditos:	3
--------------------------	----	------------------------	----	---	----	-----------	---

**Objetivo de la asignatura:**

Identificar las competencias que se adquirirán durante la carrera, así como el perfil de egreso y campo de trabajo del Licenciado en Administración y Desarrollo Empresarial.

**Contenido temático:**

- I. Introducción a la Universidad**
  - 1.1. ¿Quiénes somos?
  - 1.2. Historia
  - 1.3. Misión, visión y valores
- II. Carreras que integran la Universidad**
  - 2.1 Carreras por Escuela
  - 2.2 Organigrama
  - 2.3 ¿Hacia dónde vamos?
- III. Inteligencia Emocional.**
  - 3.1 Que es la inteligencia emocional.
  - 3.2 Para la persona
  - 3.3 Para la profesión
  - 3.4 Para la vida
- IV. Fundamentos de Emprendimiento Empresarial.**
  - 4.1 Desarrollo del ser humano
  - 4.2 Perfil del Emprendedor
  - 4.3 Emprendimiento
  - 4.4 Etapas del Desarrollo del Emprendimiento
  - 4.5 Valores del Emprendedor

**V. Introducción al Tronco Común de la Licenciatura.**

- 5.1 Materias del Primer Semestre de la Carrera
- 5.2 Materias del Segundo Semestre de la Carrera
- 5.3 Materias del Tercer Semestre de la Carrera
- 5.4 Trabajos Integradores
- 5.5 Diseño de Investigaciones

**VI. Especialización de la Licenciatura y Plan de Vida Personal y Profesional.**

- 6.1 Materias del Séptimo Semestre de la Carrera
- 6.2 Presentación de cada una de las materias del séptimo semestre
- 6.3 Presentación de los objetivos de cada una de las materias del séptimo semestre
- 6.4 Materias del Octavo Semestre de la Carrera
- 6.5 Presentación de cada una de las materias del octavo semestre
- 6.6 Diseño del Plan de Vida Personal y Profesional
- 6.6 Plan de Vida Personal
- 6.7 Plan de Carrera Profesional
- 6.8 Integración del plan de vida personal y el plan de carrera profesional

**Criterios de evaluación:**

1) Evaluaciones parciales	40%
2) Tareas y participación	30%
3) Evaluación final	30%
	100%

**Estrategias de enseñanza:**

Con docente:

- Clase expositiva y demostrativa
- Exposición de investigaciones y experiencias
- Dinámicas grupales

De estudio independiente:

- Realizar investigaciones
- Análisis de casos, ensayos
- Lecturas recomendadas

**Instalaciones y equipo especial:**

- Proyector

**Recursos y tecnologías de la información:**

- Lap tops e internet

**Perfil Idóneo del docente:**

- a. Nivel Educativo: Licenciatura
- b. Área de conocimiento: Ciencias Sociales, Administración y Derecho.
- c. Campo laboral y profesional: Administración y Empresas
- d. Experiencia docente: 2 años en Licenciatura.

**Orientaciones bibliográficas:**

- Plan de estudios de la Licenciatura en Gestión de Negocios según acuerdo 041 con fecha del 11 de julio de 2017 incorporación ciclo 2016-2017.
- Registro del segundo foro de la Memoria Modelista 2018.
- Mancillas, E. (2017). Introducción a los Negocios. México: Ed. Trillas.
- Robbins, S. (2017). Fundamentos de Administración. México: Ed. Pearson.
- Torres, Z. ( 2017). Teoría General de la Administración. México. Ed.Patria.



**Plan de Estudios:  
Licenciatura en Gestión de Negocios  
Programa de asignatura**

Asignatura: Habilidades de comunicación verbal y escrita

Semestre: Primero

Modalidad: Escolar (Presencial)

Clave de la asignatura: 0410103

Clave de la asignatura seriada: n

Duración total en horas:	112	Horas totales docente:	64	Horas totales de estudio independiente:	48	Créditos:	7
--------------------------	-----	------------------------	----	---	----	-----------	---

**Objetivo de la asignatura:**

Fomentar y ampliar las habilidades de comunicación oral y escrita mediante la identificación y aplicación de los elementos y estrategias que las conforman

**Contenido temático:**

**I. Fundamentos de la comunicación**

- 1.1. Definición
- 1.2. Contexto y participantes
- 1.3. Lenguaje
- 1.4. Mensaje
- 1.5. Canales
- 1.6. Ruido
- 1.7. Retroalimentación
- 1.8. Propósitos de la comunicación
- 1.9. Funciones de la comunicación

**II. Habilidades para la comunicación oral**

- 2.1. Características de la comunicación real
- 2.2. Principios de comunicación
- 2.3. Variación de los mensajes en la comunicación

**III. Formas de comunicación oral en la empresa**

- 3.1. Precisión y claridad en el lenguaje
- 3.2. Comunicación efectiva
- 3.3. Conducción al dialogo

**IV. Comunicación oral estratégica**

- 4.1. La estrategia y niveles de acción
- 4.2. La comunicación oral estratégica
- 4.3. Etapas de la comunicación estratégica

4.4. Planeación de la comunicación estratégica

V. **Comunicación escrita**

- 5.1. Organización estratégica
- 5.2. La preparación del mensaje
- 5.3. La elaboración del mensaje
- 5.4. Presentación
- 5.5. Los apoyos visuales
- 5.6. Funciones de los apoyos visuales
- 5.7. Tipos de materiales visuales
- 5.8. Criterios para seleccionar los materiales visuales

VI. **Comunicación en público**

- 6.1. Estrategia para informar
- 6.2. La comunicación en público
- 6.3. Proceso de comunicación en público
- 6.4. La presentación en público
- 6.5. El discurso informativo
- 6.6. La conferencia y la ponencia

**Criterios de evaluación:**

1) Evaluaciones parciales	40%
2) Tareas y participación	30%
3) Evaluación final	30%
	100%

**Estrategias de enseñanza:**

Con docente:

- Clase expositiva y demostrativa
- Exposición de investigaciones y experiencias
- Dinámicas grupales

De estudio independiente:

- Realizar investigaciones
- Análisis de casos, ensayos
- Lecturas recomendadas

**Instalaciones y equipo especial:**

- Proyector

**Recursos y tecnologías de la información:**

- Lap tops e internet

**Perfil Idóneo del docente:**

- a. Nivel Educativo: Licenciatura
- b. Área de conocimiento: Ciencias Sociales, Administración y Derecho.
- c. Campo laboral y profesional: Administración y Empresas
- d. Experiencia docente: 2 años en Licenciatura.

**Orientaciones bibliográficas:**

- Calicchio S. (2020). La comunicación profesional hecha sencilla, la guía práctica de la comunicación profesional y las mejores estrategias de comunicación empresarial desde el punto de vista escrito e interpersonal. EE. UU.: Stefano Calicchio
- Robbins, S. y Judge, T. (2017). Comportamiento Organizacional. México: Ed. Pearson.
- Amo Arturo A. (2018). Habilidades de comunicación (1<sup>a</sup> edición). España: Elearning S.L.
- Costa, C. (2018) Comunicación corporativa audiovisual. Barcelona. Ed.
- García, E. (2018) Plan de medios de comunicación e internet. España. Ed. Paraninfo.



**UNIVERSIDAD  
MODELO  
VALLADOLID**

**Plan de Estudios:  
Licenciatura en Gestión de Negocios  
Programa de asignatura**

Asignatura: Técnicas de investigación

Semestre: Primero

Modalidad: Escolar (Presencial)

Clave de la asignatura: 0410104

Clave de la asignatura seriada: n

Duración total en horas:	96	Horas totales docente:	64	Horas totales de estudio independiente:	32	Créditos:	6
--------------------------	----	------------------------	----	---	----	-----------	---

**Objetivo de la asignatura:**

Proporcionar al estudiante las herramientas para la realización de una investigación documentada para el desarrollo de los proyectos de la Licenciatura.

**Contenido temático:**

**I. Herramientas para el Desarrollo de los Trabajos Científicos.**

- 1.1. Revisión de puntos básicos de Redacción
- 1.2. Estrategias de lectura.
- 1.3. Resumen
- 1.4. Síntesis
- 1.5. Paráfrasis
- 1.6. Cuadro sinóptico
- 1.7. Cuadro por columnas.

**II. El Conocimiento Científico**

- 2.1. La investigación como un proceso de construcción social.
- 2.2. Herramientas para la investigación
- 2.3. Resultados de entrevista a un experto

**III. La Investigación y su Práctica**

- 3.1. Gestión de la información para la investigación documental
- 3.2. Estrategias de Investigación
- 3.3. Proyecto de Investigación

**Criterios de evaluación:**

1) Evaluaciones parciales	40%
2) Tareas y participación	30%
3) Evaluación final	30%
	100%

**Estrategias de enseñanza:**

Con docente:

- Clase expositiva y demostrativa
- Exposición de investigaciones y experiencias
- Dinámicas grupales

De estudio independiente:

- Realizar investigaciones
- Análisis de casos, ensayos
- Lecturas recomendadas

**Instalaciones y equipo especial:**

- Proyector

**Recursos y tecnologías de la información:**

- Lap tops e internet

**Perfil Idóneo del docente:**

- a. Nivel Educativo: Licenciatura
- b. Área de conocimiento: Ciencias Sociales, Administración y Derecho
- c. Campo laboral y profesional: Administración y Empresas
- d. Experiencia docente: 2 años en Licenciatura

**Orientaciones bibliográficas:**

- Hernández, R. (2018). Metodología de la investigación: las rutas cuantitativa, cualitativa y mixta. México: Mc Graw Hill.
- Grande, I., Abascal, E. (2017). Fundamentos y técnicas de investigación comercial (13<sup>a</sup> edición), España: ESIC
- Robbins, S. (2017). Fundamentos de Administración. México: Ed. Pearson.
- Baena, P. (2017). Metodología de la investigación. México. Ed. Patria.
- Hernández, A. (2018). Metodología de la investigación científica. España. Ed. Ciencias y Letras.



**Plan de Estudios:**  
**Licenciatura en Gestión de Negocios**  
**Programa de asignatura**

Asignatura: Marco legal en los negocios.

Semestre: Primero

Modalidad: Escolar (Presencial)

Clave de la asignatura: 0410105

Clave de la asignatura seriada: n

Duración total en horas:	96	Horas totales docente:	64	Horas totales de estudio independiente:	32	Créditos:	6
--------------------------	----	------------------------	----	---	----	-----------	---

**Objetivo de la asignatura:**

Comprender los elementos básicos de Derecho y las diferentes sociedades y títulos de crédito que rigen en derecho mercantil e identificar los conceptos necesarios para el registro de un producto materia de la rama de la propiedad industrial

**Contenido temático:**

**I. Introducción al derecho**

- 1.1. El derecho, su historia con el comercio y los negocios.
- 1.2. La relación del derecho privado, el derecho mercantil y derecho civil.
- 1.3. El derecho y la gestión de negocios.
- 1.4. Los derechos y obligaciones relacionados con la gestión de negocios.

**II. Atributos de la Personalidad**

- 2.1. Concepto Jurídico de Persona
- 2.2. Derecho real y derecho personal.

**III. Contratos y Obligaciones**

- 3.1. Modalidades de las obligaciones.

**IV. El Comerciante, Persona Física y Moral**

- 4.1. Personalidad del Comerciante.

**V. Sociedades Mercantiles**

- 5.1. Sociedades de producción rural.
- 5.2. Microindustria.
- 5.3. Sociedades de responsabilidad limitada.
- 5.4. Sociedades Anónimas.
- 5.5. Sociedades anónimas simplificadas.
- 5.6. Sociedades cooperativas.

**VI. Contrato Mercantil de seguros**  
6.1. Contrato Mercantil de seguros  
6.2. Cheque.

**VII. Obligaciones Mercantiles**  
7.1. Compraventa

**VIII. Contratos Mercantiles**  
8.1. Contrato Mercantil de seguros.  
8.2. Contratos diferenciales.

**IX. Propiedad Industrial**  
9.1. Derecho de Marca  
9.2. Propiedad Industrial  
9.3. Licencias y transmisión de derechos.

**Criterios de evaluación:**

1) Evaluaciones parciales	40%
2) Tareas y participación	30%
3) Evaluación final	30%
	100%

**Estrategias de enseñanza:**

Con docente:

- Clase expositiva y demostrativa
- Exposición de investigaciones y experiencias
- Dinámicas grupales

De estudio independiente:

- Realizar investigaciones
- Análisis de casos, ensayos
- Lecturas recomendadas

**Instalaciones y equipo especial:**

- Proyector

**Recursos y tecnologías de la información:**

- Lap tops e internet

**Perfil Idóneo del docente:**

- a. Nivel Educativo: Licenciatura
- b. Área de conocimiento: Ciencias Sociales, Administración y Derecho.
- c. Campo laboral y profesional: Administración y Empresas
- d. Experiencia docente: 2 años en Licenciatura.

**Orientaciones bibliográficas:**

- Arias Purón R. T. (2017) Derecho mercantil. México: Grupo Editorial Patria S.A. de C.V.
- Delgadillo, S. (2016) Marco Legal en las organizaciones. México: Ed. Limusa
- Dionisio Kaye, J. (2021) Auditoria Legal a las empresas. España: Ed. Tirant Lo Blanch.
- Quintana, E. (2018) Marco Jurídico en las organizaciones. México. Ed. Unam.
- Rodríguez, C. (2019) Empresas y derechos humanos. Argentina. Editores Argentina.



**UNIVERSIDAD  
MODELO  
VALLADOLID**

**Plan de Estudios:  
Licenciatura en Gestión de Negocios  
Programa de asignatura**

Asignatura: Contabilidad empresarial

Semestre: Primero

Modalidad: Escolar (Presencial)

Clave de la asignatura: 0410106

Clave de la asignatura seriada: n

Duración total en horas:	112	Horas totales docente:	64	Horas totales de estudio independiente:	48	Créditos	7
--------------------------	-----	------------------------	----	---	----	----------	---

**Objetivo de la asignatura:**

Aplicar las normas de información financiera para determinar los movimientos y saldos de las cuentas contables.

**Contenido temático:**

**I. Introducción a la Contabilidad**

- 1.1. Definición de contabilidad
- 1.2. Empresa y sus elementos
- 1.3. Clasificación de las empresas
- 1.4. Usuarios internos y externos de la contabilidad
- 1.5. Documentación contable. Interna y externa
- 1.6. Áreas funcionales
- 1.7. Relación de la contabilidad con otras áreas
- 1.8. Normas de información financiera
- 1.9. Postulados básicos.
- 1.10. Usos y aplicaciones.

**II. Teoría Contable.**

- 2.1. Balance General
- 2.2. Concepto
- 2.3. Aplicación
- 2.4. Cuentas de Activo
- 2.5. Cuentas que conforman el activo
- 2.6. Aplicación de las cuentas de activo
- 2.7. Valuación y presentación dentro del balance
- 2.8. Cuentas de Pasivo

- 2.9. Cuentas que conforman el pasivo
- 2.10. Aplicación de las cuentas de pasivo
- 2.11. Valuación y presentación dentro del balance
- 2.12. Capital Contable
- 2.13. Cuentas que conforman el capital contable
- 2.14. Aplicación de las cuentas de capital contable
- 2.15. Valuación y presentación dentro del balance

### **III. Ciclo Contable.**

- 3.1. Estado de Resultado
- 3.2. Conocer el estado de resultados
- 3.3. Su importancia dentro de una empresa
- 3.4. Cuentas que integran el estado de resultados
- 3.5. Gastos de Operación
- 3.6. Definir y aplicar gastos de venta
- 3.7. Definir y aplicar gastos de administración
- 3.8. Gastos y Productos Financieros
- 3.9. Definir y aplicar gastos financieros
- 3.10. Definir y aplicar productos financieros
- 3.11. Elaboración del Estado de Resultados
- 3.12. Integración del Estado de Resultados
- 3.13. Programas y software de contabilidad

#### **Criterios de evaluación:**

1) Evaluaciones parciales	40%
2) Tareas y participación	30%
3) Evaluación final	30%
	100%

#### **Estrategias de enseñanza:**

Con docente:

- Clase expositiva y demostrativa
- Exposición de investigaciones y experiencias
- Dinámicas grupales

De estudio independiente:

- Realizar investigaciones
- Análisis de casos, ensayos
- Lecturas recomendadas

#### **Instalaciones y equipo especial:**

- Aula.

### **Recursos y tecnologías de la información:**

- Cañón.
- Internet.
- Software de contabilidad

### **Perfil Idóneo del docente:**

- a. Nivel Educativo: Licenciatura
- b. Área de conocimiento: Ciencias Sociales, Administración y Derecho.
- c. Campo laboral y profesional: Contabilidad y Administración.
- d. Experiencia docente: 2 años en Licenciatura.

### **Orientaciones bibliográficas:**

- Normas de Información Financiera. (2018). México: Instituto Mexicano de Contadores Públicos
- Vargas Moreno M de los A. (2020). Fundamentos de contabilidad (1<sup>a</sup> edición). México: Instituto Mexicano de Contadores Públicos
- Mendoza, C. (2018) Contabilidad Financiera. Colombia. Ed. Ecoe.
- Pompo, J. (2018) Contabilidad y fiscalidad. España. Ed.Paraninfo.
- Robbins, S. (2017). Fundamentos de Administración. México: Ed. Pearson.



**UNIVERSIDAD  
MODELO  
VALLADOLID**

**Plan de Estudios:  
Licenciatura en Gestión de Negocios  
Programa de asignatura**

Asignatura: Matemáticas para la administración

Semestre: Primero

Modalidad: Escolar (Presencial)

Clave de la asignatura: 0410106

Clave de la asignatura seriada: n

Duración total en horas:	112	Horas totales docente:	64	Horas totales de estudio independiente:	48	Créditos	7
--------------------------	-----	------------------------	----	---	----	----------	---

**Objetivo de la asignatura:**

Utilizar el álgebra como herramienta en el análisis de comportamientos económicos y administrativos.

**Contenido temático:**

**I. Repaso de Álgebra**

- 1.1. Conceptos fundamentales
- 1.2. Operaciones algebraicas

**II. Funciones**

- 2.1. Función lineal
- 2.2. Función cuadrática

**III. Solucionar Problemas con Ecuaciones e Inecuaciones**

- 3.1. Desigualdad en inecuaciones
- 3.2. Aplicaciones en modelos administrativos

**Criterios de evaluación:**

1) Evaluaciones parciales	40%
2) Tareas y participación	30%
3) Evaluación final	30%
	100%

### **Estrategias de enseñanza:**

Con docente:

- Clase expositiva y demostrativa
- Exposición de investigaciones y experiencias
- Dinámicas grupales

De estudio independiente:

- Realizar investigaciones
- Análisis de casos, ensayos
- Lecturas recomendadas

### **Instalaciones y equipo especial:**

- Aula.

### **Recursos y tecnologías de la información:**

- Cañón.
- Internet.

### **Perfil Idóneo del docente:**

- a. Nivel Educativo: Ingeniería
- b. Área de conocimiento: Ingeniería, Ciencias exactas y TIC
- c. Campo laboral y profesional: 1 año en el sector industrial, empresarial o de servicios.
- d. Experiencia docente: 2 años en Licenciatura.

### **Orientaciones bibliográficas:**

- Miller, C. (2016). Matemáticas: Razonamiento y Aplicaciones. México: Ed. Trillas.
- Larson, R. (2016). Cálculo y Geometría Analítica. México: Ed. Mc Graw Hill.
- Weber, J. (2017). Matemáticas para Administración y Economía. México: Ed. Prentice Hall
- Silva, M. (2018) Fundamentos de Matemáticas. México. Ed. Limusa.
- Devlin, K. (2018) El lenguaje de las matemáticas. Barcelona. Ed. Tropo.



**UNIVERSIDAD  
MODELO  
VALLADOLID**

**Plan de Estudios:  
Licenciatura en Gestión de Negocios  
Programa de asignatura**

Asignatura: Educación para la vida I

Semestre: Primero

Modalidad: Escolar(Presencial)

Clave de la asignatura: 0410108

Clave de la asignatura seriada: n

Duración total en horas:	16	Horas totales docente:	16	Horas totales de estudio independiente:	0	Créditos	1
--------------------------	----	------------------------	----	---	---	----------	---

**Objetivo de la asignatura:**

Identificar los intereses que lo vinculan con la institución generando una visión estratégica plasmada en su plan de vida.

**Contenido temático:**

**I. Conociendo mi Universidad Modelo**

- 1.1 Inducción.
- 1.2 Plataforma de registro y seguimiento EDUVIDA.
- 1.3 Reglas de operación.
- 1.4 Medios de comunicación.

**II. Ideario pedagógico**

- 2.1 Principios filosóficos
- 2.2 Principios pedagógicos
- 2.3 Valores

**III. Mi proyecto profesional**

- 3.1 Proyecto profesional.
- 3.2 Etapas.
- 3.3 Proyecto de vida.

**Criterios de evaluación:**

1) Asistencia	40%
2) Infografía	30%
3) Evaluación de retroalimentación	30%
	100%

- Por reglamento se evaluará la materia como: aprobado o no aprobado.

### **Estrategias de enseñanza:**

Con docente:

- Clase expositiva y demostrativa
- Exposición de investigaciones y experiencias
- Dinámicas grupales

### **Instalaciones y equipo especial:**

- Aula.

### **Recursos y tecnologías de la información:**

- Cañón.
- Computadora.
- Internet.
- Sistemas de almacenamiento en la nube.

### **Perfil Idóneo del docente:**

- a. Nivel Educativo: Licenciatura.
- b. Área de conocimiento: Ciencias sociales, Administración y Derecho.
- c. Campo laboral y profesional: 2 años en el sector empresarial.
- d. Experiencia docente: 2 años en licenciatura.

### **Orientaciones bibliográficas:**

- Duch, I. (2004). Ideario Pedagógico de la Universidad Modelo. México: Universidad Modelo.
- Romero, S. (2014). Aprender a construir proyectos profesionales y vitales. REOP – Revista Española de Orientación y Psicopedagogía, 15(2), 337-354. <https://doi.org/10.5944/reop.vol.15.num.2.2004.11637>



**UNIVERSIDAD  
MODELO  
VALLADOLID**

**Plan de Estudios:  
Licenciatura en Gestión de Negocios  
Programa de asignatura**

Asignatura: Administración de los negocios II

Semestre: Segundo.

Modalidad: Escolar (Presencial)

Clave de la asignatura: 0410201

Clave de la asignatura seriada: 0410101

Duración total en horas:	96	Horas totales docente:	64	Horas totales de estudio independiente:	32	Créditos	6
--------------------------	----	------------------------	----	---	----	----------	---

**Objetivo de la asignatura:**

Elaborar un manual de organización aplicando la metodología estándar y los criterios de reingeniería de procesos.

**Contenido temático:**

**I. Fundamentos de la organización**

- 1.1 Conceptos básicos de diseño organizacional
- 1.2 Un enfoque de contingencia para el diseño de organizaciones.

**II. Dirección**

- 2.1 Naturaleza y definiciones
- 2.2 La motivación
- 2.3 La comunicación
- 2.4 El liderazgo

**III. Control**

- 3.1 Definición
- 3.2 El proceso básico
- 3.3 Los estándares y puntos críticos a controlar
- 3.4 El control eficaz
- 3.5 Tipos de control

**IV. Reingeniería**

- 4.1 Reingeniería: El camino del cambio
- 4.2 Reconstrucción de los procesos
- 4.3 El nuevo mundo del trabajo
- 4.4 El papel capacitador de la informática
- 4.5 Quien va a rediseñar
- 4.6 En busca de oportunidades

**V. Manuales de organización.**

- 5.1 Manuales Administrativos
- 5.2 Concepto y objetivos

- 5.3 Clasificación básica
- 5.4 El manual de organización
- 5.5 El manual de procedimientos

#### **Criterios de evaluación:**

1) Evaluaciones parciales	40%
2) Tareas y participación	30%
3) Evaluación final	30%
	100%

#### **Estrategias de enseñanza:**

Con docente:

- Clase expositiva y demostrativa
- Exposición de investigaciones y experiencias
- Dinámicas grupales

De estudio independiente:

- Realizar investigaciones
- Análisis de casos, ensayos
- Lecturas recomendadas

#### **Instalaciones y equipo especial:**

- Aula.

#### **Recursos y tecnologías de la información:**

- Cañón.
- Internet.

#### **Perfil Idóneo del docente:**

- a. Nivel Educativo: Licenciatura
- b. Área de conocimiento: Ciencias Sociales, Administración y Derecho
- c. Campo laboral y profesional: 1 año en el sector industrial, empresarial o de servicios.
- d. Experiencia docente: 2 años en Licenciatura.

### **Orientaciones bibliográficas:**

- Robbins, S. (2017). Fundamentos de Administración. México: Ed. Pearson.
- Mancillas, E. (2017). Introducción a los Negocios. México: Ed. Trillas.
- Chiavenato, I. (2019). Introducción a la teoría general de la administración: una visión integral de la moderna administración de las organizaciones. México: Mc Graw Hill.
- Fred, R. (2018). Conceptos administración Estratégica. México. Ed. Pearson.
- Munch, L. (2017). Fundamentos de Administración. México. Ed. Trillas.



**Plan de Estudios:**  
**Licenciatura en Gestión de Negocios**  
**Programa de asignatura**

Asignatura: Gestión de la innovación en modelos de negocios

Semestre: Segundo.

Modalidad: Escolar (Presencial)

Clave de la asignatura: 0410202

Clave de la asignatura seriada: n

Duración total en horas:	112	Horas totales docente:	64	Horas totales de estudio independiente:	48	Créditos	7
--------------------------	-----	------------------------	----	---	----	----------	---

**Objetivo de la asignatura:**

Conocer los conceptos básicos de la innovación y los Modelos de Negocios que se deben aplicar para resolver problemas reales de las empresas.

**Contenido temático:**

**I. Innovación: ¿de qué estamos hablando?**

- 1.1. Definición de Innovación
- 1.2. Cultura Disruptiva (formación de equipos de trabajo)
- 1.3. Megatendencias

**II. Estrategias de innovación**

- 2.1. Toolkits y técnicas de innovación
- 2.2. Teoría de los Oceanos Azules

**III. Organización de la innovación**

- 3.1. Equipos de trabajo
- 3.2. Patentes y Propiedad Intelectual
- 3.3. Gestión del Conocimiento
- 3.4. Indicadores de la Innovación

**IV. Técnicas y herramientas para la innovación.**

- 4.1. Design Thinking
- 4.2. Lean Startup
- 4.3. Creatividad
- 4.4. Gestión de ideas

**V. Emprendedores innovadores: Lean startup**

- 5.1. Casos de Exito
- 5.2. Emprendimiento social
- 5.3. Ruta del emprendedor

## VI. Modelos de negocio innovadores

- 6.1. Tipos de Modelo de negocio
- 6.2. Formas de participación SAT

### Criterios de evaluación:

1) Evaluaciones parciales	40%
2) Tareas y participación	30%
3) Evaluación final	30%
	100%

### Estrategias de enseñanza:

Con docente:

- Clase expositiva y demostrativa
- Exposición de investigaciones y experiencias
- Dinámicas grupales

De estudio independiente:

- Realizar investigaciones
- Análisis de casos, ensayos
- Lecturas recomendadas

### Instalaciones y equipo especial:

- Aula.

### Recursos y tecnologías de la información:

- Cañón.
- Internet.

### Perfil Idóneo del docente:

- a. Nivel Educativo: Licenciatura ó Ingeniería
- b. Área de conocimiento: Ciencias Sociales, Administración y Derecho.
- c. Campo laboral y profesional: 1 año en el sector industrial, empresarial o de servicios.
- d. Experiencia docente: 2 años en Licenciatura.

**Orientaciones bibliográficas:**

- Casarín, J. (2019). Innovación: una actitud. México: Ed. Porrúa
- Corma, F. (2018). El canvas de la innovación. España: Ed. Díaz de Santos.
- Castro, E. y Fernández, I. (2020). La innovación y sus protagonistas. México: Ed. Libros de Cabecera.
- Hastings, R., & Meyer, E. (2020). No Rules Rules: Netflix and the Culture of Reinvention (Illustrated ed.). Penguin Press.
- Robbins, S. (2017). Fundamentos de Administración. México: Ed. Pearson.



**UNIVERSIDAD  
MODELO  
VALLADOLID**

Plan de Estudios:  
Licenciatura en Gestión de Negocios  
**Programa de asignatura**

Asignatura: Microeconomía

Semestre: Segundo.

Modalidad: Escolar (Presencial)

Clave de la asignatura: 0410203

Clave de la asignatura seriada: n

Duración total en horas:	112	Horas totales docente:	64	Horas totales de estudio independiente:	48	Créditos	7
--------------------------	-----	------------------------	----	---	----	----------	---

**Objetivo de la asignatura:**

Comprender el comportamiento de las empresas, los consumidores, el mercado y la producción a través de los conceptos y variables de la microeconomía.

**Contenido temático:**

**I. Introducción a la Economía.**

- 1.1. Definición de economía
- 1.2. Enfoques de la economía: microeconomía y macroeconomía
- 1.3. El problema económico: escasez y elección
- 1.4. Agentes económicos

**II. Conceptos básicos del Razonamiento Económico**

- 2.1 Elección, intercambio y costo de oportunidad
- 2.2 Marginalidad, equidad, estabilidad, eficiencia

**III. La Empresa**

- 3.1. Concepto de empresa
- 3.2. Objetivo de la empresa desde el punto de vista económico
- 3.3. Productividad, eficiencia tecnológica y eficiencia económica

**IV. Mercado**

- 4.1. Introducción a la estructura de mercado
- 4.2. Conceptos y comportamiento

**V. Oferta**

- 5.1 Definición de cantidad ofrecida y de oferta
- 5.2 Tabla y curva de oferta individual y de mercado
- 5.3 Determinantes de la oferta
- 5.4 Cambios de la cantidad ofrecida y de la oferta

**VI. Demanda**

- 6.1. Definición de cantidad demandada y de demanda

- 6.2. Tabla y curva de demanda individual y de mercado
- 6.3. Determinantes de la demanda
- 6.4. Cambios de la cantidad demandada y de la demanda

**VII. Equilibrio de mercado**

- 7.1. Concepto de mercado
- 7.2. Equilibrio de mercado (el mecanismo de mercado)

**VIII. Tipos de Mercado**

- 8.1. Mercado de competencia perfecta
- 8.2. Mercado de competencia monopólica
- 8.3. Mercado monopólico

**IX. Representación Esquemática de la Microeconomía**

- 9.1 Recursos productivos
- 9.2 Frontera de posibilidades de producción

**X. Producción en el Corto Plazo**

- 10.1 Concepto de corto plazo y largo plazo
- 10.2 Producción total, marginal y media
- 10.3 Relaciones entre la producción marginal y media
- 10.4 Etapas de la producción

**XI. Costos en el Corto Plazo**

- 11.1 Costo variable, fijo y total
- 11.2 Gráficas de costos variable, fijo y total
- 11.3 Costo fijo promedio, variable promedio y total promedio
- 11.4 Costo marginal
- 11.5 Gráficas de costos promedios y marginal

**XII. Costos en el Largo Plazo**

- 12.1 Curva de largo plazo
- 12.2 Economías de escala y deseconomías de escala

**XIII. Preferencias de Consumo**

- 13.1 Concepto de utilidad
- 13.2 Concepto y cálculo de la utilidad marginal
- 13.3 Regla de maximización de la utilidad
- 13.4 Posibilidades de Consumo y Preferencias
- 13.5 Cálculo de las posibilidades de consumo
- 13.6 Recta de restricción presupuestaria
- 13.7 Teoría del Consumidor y Demanda
- 13.8 Efectos en la curva de demanda de un cambio en el ingreso
- 13.9 Efectos en la curva de demanda de un cambio en los precios
- 13.10 Enfoque de Curvas de Indiferencia para la Conducta del Consumidor
- 13.11 Concepto
- 13.12 Curvas de Indiferencia

**Criterios de evaluación:**

1) Evaluaciones parciales	40%
2) Tareas y participación	30%
3) Evaluación final	30%
	100%

### **Estrategias de enseñanza:**

Con docente:

- Clase expositiva y demostrativa
- Exposición de investigaciones y experiencias
- Dinámicas grupales

De estudio independiente:

- Realizar investigaciones
- Análisis de casos, ensayos
- Lecturas recomendadas

### **Instalaciones y equipo especial:**

- Aula.

### **Recursos y tecnologías de la información:**

- Cañón.
- Internet.

### **Perfil Idóneo del docente:**

- a. Nivel Educativo: Licenciatura
- b. Área de conocimiento: Ciencias Sociales, Administración y Derecho.
- c. Campo laboral y profesional: 1 año en el sector industrial, empresarial o de servicios.
- d. Experiencia docente: 2 años en Licenciatura.

### **Orientaciones bibliográficas:**

- Acemoglu, D., Laibson, D., List, J. (2017). Economía. España: Ed. Antoni Bosch.
- Krugman, P., Wells, R. (2019). Microeconomía. México: Ed. Reverte
- Robbins, S. (2017). Fundamentos de Administración. México: Ed. Pearson.
- Mancillas, E. (2017). Introducción a los Negocios. México: Ed. Trillas.
- Fred, R. (2018). Conceptos administración Estratégica. México. Ed. Pearson.



**UNIVERSIDAD  
MODELO  
VALLADOLID**

Asignatura: Conceptos básicos de mercadotecnia

Semestre: Segundo.

Modalidad: Escolar (Presencial)

Clave de la asignatura: 0410204

Clave de la asignatura seriada: n

**Plan de Estudios:  
Licenciatura en Gestión de Negocios  
Programa de asignatura**

Duración total en horas:	112	Horas totales docente:	64	Horas totales de estudio independiente:	48	Créditos	7
--------------------------	-----	------------------------	----	---	----	----------	---

**Objetivo de la asignatura:**

Comprender el ámbito de aplicación de las herramientas de la Mercadotecnia, Precio, Plaza, Promoción y Producto y su relación con otras áreas de la administración.

**Contenido temático:**

**I. Desarrollo de Relaciones con los Clientes y de Valor a través del Marketing**

- 1.1. ¿Qué es el Marketing?
- 1.2. Forma en que el Marketing identifica y satisface las necesidades de los consumidores
- 1.3. El programa de Marketing
- 1.4. La importancia del marketing

**II. Evaluación del Entorno del Marketing**

- 2.1. Evaluación del entorno en el nuevo milenio
- 2.2. Fuerzas sociales, económicas, tecnológicas, competitivas y reglamentarias

**III. Ética y Responsabilidad Social en el Marketing**

- 3.1. Naturaleza e importancia de la ética en el Marketing
- 3.2. Comprensión del comportamiento ético en el Marketing
- 3.3. Comprensión de la responsabilidad social en el Marketing

**IV. Activación de la Información de Marketing**

- 4.1. El papel de la investigación de Marketing
- 4.2. Pasos de la investigación de marketing
- 4.3. Definición del problema
- 4.4. Desarrollo del plan de investigación
- 4.5. Recolección de información relevante
- 4.6. Desarrollo de hallazgos
- 4.7. Realización de las acciones de marketing

4.8. El pronóstico de mercado y de ventas

**V. Identificación de los Segmentos de Mercado y Mercados Previstos**

5.1. ¿Por qué segmentar los mercados?

5.2. Pasos de la segmentación y definición de mercados previstos

5.3. Análisis de los segmentos de mercado con tabulaciones cruzadas

5.4. Posicionamiento del producto

**VI. El marketing en la era de la Internet**

6.1. Principales fuerzas que moldean la era de la Internet

6.2. Estrategia de marketing en la nueva era de la Internet

6.3. Dominios del comercio electrónico

**VII. Desarrollo de Nuevos Productos y Servicios**

7.1 Variaciones de los productos, clasificación de los bienes de consumo e industriales

7.2 Nuevos productos y las razones de su éxito y fracaso

**VIII. Administración de Productos y Marcas**

8.1 El ciclo de vida del producto

8.2 Administración del ciclo de vida del producto

8.3 Fijación de marca y administración de marcas, empaque y etiquetado

**IX. Formación de la Base del Precio**

9.1 Naturaleza e Importancia del Precio

9.2 Pasos para la determinación de precios

9.3 Identificar las restricciones y objetivos del precio

9.4 Estimar la demanda y los ingresos

9.5 Determinar las relaciones de costo, volumen y utilidad

9.6 Determinación del precio final.

**X. Administración de los Canales de Marketing y Mayorista**

10.1 Naturaleza e importancia de los canales de Marketing

10.2 Estructura y organización de los canales, elección y administración del canal

10.3 Comunicaciones Integradas de Marketing y Marketing Directo

10.4 Proceso de comunicación, elementos promocionales, desarrollo de la mezcla promocional

10.5 Desarrollo del programa de promoción, ejecución y evaluación del programa de marketing

**XI. Publicidad, Promoción de Ventas y Relaciones Públicas**

11.1 Tipos de anuncios, desarrollo del programa de publicidad

11.2 Ejecución y evaluación del programa de publicidad

11.3 Relaciones públicas, incremento del valor de la promoción

**Criterios de evaluación:**

1) Evaluaciones parciales	40%
2) Tareas y participación	30%
3) Evaluación final	30%
	100%

**Estrategias de enseñanza:**

Con docente:

- Clase expositiva y demostrativa
- Exposición de investigaciones y experiencias
- Dinámicas grupales

De estudio independiente:

- Realizar investigaciones
- Análisis de casos, ensayos
- Lecturas recomendadas

**Instalaciones y equipo especial:**

- Aula.

**Recursos y tecnologías de la información:**

- Cañón.
- Internet.

**Perfil Idóneo del docente:**

- a. Nivel Educativo: Licenciatura
- b. Área de conocimiento: Ciencias Sociales, Administración y Derecho.
- c. Campo laboral y profesional: 1 año en el sector industrial, empresarial o de servicios.
- d. Experiencia docente: 2 años en Licenciatura.

**Orientaciones bibliográficas:**

- Kotler, P., Kartajaya, H., Setiawan, I (2018). Marketing 4.0: transforma tu estrategia para atraer al consumidor digital. México: Ed. Lid Editorial Mexicana S.A. de C.V.
- Schnarch, A. (2019). Marketing para emprender. Colombia: Ed. De la U
- Sangri, A. (2018) Introducción a la mercadotecnia. México. Ed. Patria.
- Santesmases, M. (2018) Fundamentos de mercadotecnia. México. Ed. Patria.

- Amador, C. (2018) Mercadotecnia digital y publicidad on line. México. Ed. Universitaria.



**UNIVERSIDAD  
MODELO  
VALLADOLID**

**Plan de Estudios:  
Licenciatura en Gestión de Negocios  
Programa de asignatura**

Asignatura: Taller de valores socioculturales y mundiales.

Semestre: Segundo.

Modalidad: Escolar (Presencial)

Clave de la asignatura: 0410205

Clave de la asignatura seriada: n

Duración total en horas:	96	Horas totales docente:	64	Horas totales de estudio independiente:	32	Créditos	6
--------------------------	----	------------------------	----	---	----	----------	---

**Objetivo de la asignatura:**

Reflexionar en torno a los principales fenómenos sociales y culturales contemporáneos en los ámbitos regional, nacional y mundial desde una perspectiva de pluralidad y respeto.

**Contenido temático:**

- I. Diversidad Cultural en el Sureste de México**
  - 1.1 Concepto de diversidad cultural
  - 1.2 Implicaciones de la diversidad cultural
- II. Grupos culturales en el Sureste de México**
  - 2.1 Cultura Maya en Yucatán
  - 2.2 Cultura Libanesa en Yucatán
  - 2.3 Otros grupos culturales
- III. Valores y Sociedad**
  - 3.1 La familia
  - 3.2 Debate sobre la familia actual, diferencias y cambios en su estructura
  - 3.3 Las relaciones de pareja
- IV. La Discriminación**
  - 4.1 Tipología
  - 4.2 Racial
  - 4.3 De género
  - 4.4 Religiosa
  - 4.5 Política
- V. El Mundo de Hoy y la Transformación de los Valores**
  - 5.1 Los jóvenes
  - 5.2 La responsabilidad
  - 5.3 El trabajo en equipo

5.4 En la Universidad

5.5 En las empresas

5.6 El problema de las adicciones

**VI. La Tecnología y su relación con la Cultura**

6.1 La denominada cultura tecnológica

6.2 El Internet

6.3 Las empresas y la tecnología

6.4 La administración y la ética

**VII. Los Medios Masivos de Comunicación**

7.1 Diversidad de medios

7.2 Impacto de los medios

**VIII. La Tecnología y su relación con la Cultura**

8.1 La denominada cultura tecnológica

8.2 El Internet

8.3 Las empresas y la tecnología

8.4 La administración y la ética

**IX. El terrorismo**

9.1 Impacto en la sociedad

9.2 Consecuencias

**Criterios de evaluación:**

1) Evaluaciones parciales	40%
2) Tareas y participación	30%
3) Evaluación final	30%
	100%

**Estrategias de enseñanza:**

Con docente:

- Clase expositiva y demostrativa
- Exposición de investigaciones y experiencias
- Dinámicas grupales

De estudio independiente:

- Realizar investigaciones
- Análisis de casos, ensayos
- Lecturas recomendadas

**Instalaciones y equipo especial:**

- Aula.

### **Recursos y tecnologías de la información:**

- Cañón.
- Internet.

### **Perfil Idóneo del docente:**

- a. Nivel Educativo: Licenciatura
- b. Área de conocimiento: Ciencias Sociales, Administración y Derecho.
- c. Campo laboral y profesional: 1 año en el sector industrial, empresarial o de servicios.
- d. Experiencia docente: 2 años en Licenciatura.

### **Orientaciones bibliográficas:**

- Del Val, J. (2020). Miradas sobre la diversidad cultural: Apuntes y circunstancias. México: Ed. UNAM
- Arteaga, N.y Tognato, C. (2019). Sociedad, cultura y esfera civil: una agenda de sociología. México: Ed. Flacso.
- Castro, E. y Fernández, I. (2020). La innovación y sus protagonistas. México: Ed. Libros de Cabecera.
- Hastings, R., & Meyer, E. (2020). No Rules Rules: Netflix and the Culture of Reinvention (Illustrated ed.). Penguin Press.
- Robbins, S. (2017). Fundamentos de Administración. México: Ed. Pearson.



**UNIVERSIDAD  
MODELO  
VALLADOLID**

Plan de Estudios:  
Licenciatura en Gestión de Negocios  
**Programa de asignatura**

Asignatura: Contabilidad de costos.

Semestre: Segundo.

Modalidad: Escolar (Presencial)

Clave de la asignatura: 0410206

Clave de la asignatura seriada: 0410106

Duración total en horas:	112	Horas totales docente:	64	Horas totales de estudio independiente:	48	Créditos	7
--------------------------	-----	------------------------	----	---	----	----------	---

**Objetivo de la asignatura:**

Interpretar los costos históricos y predeterminados a fin de incrementar la eficiencia en la empresa.

**Contenido temático:**

**I. Contabilidad Financiera y Contabilidad de Costos**

- 1.1. Diferencias
- 1.2. Objetivos
- 1.3. Aplicaciones

**II. Contabilidad Gerencial**

- 2.1. Contabilidad de costos como contabilidad gerencial
- 2.2. Definición de la contabilidad gerencial como proceso
- 2.3. Aplicación de la gerencia de la contabilidad gerencial
- 2.4. Objetivos de la contabilidad gerencial
- 2.5. Funciones de la gerencia

**III. Costo**

- 3.1. Definición de costo
- 3.2. Diferencia entre gasto y costo

**IV. Elementos del Costo de un Producto**

- 4.1. Materiales
- 4.2. Mano de Obra
- 4.3. Costos Indirectos de fabricación

**V. Clasificación de los Costos**

- 5.1. En relación con la Producción
- 5.2. Costos primos
- 5.3. Costos de conversión

- 5.4. En relación con el Volumen
- 5.5. Costos variables
- 5.6. Costos fijos
- 5.7. Costos mixtos
- 5.8. En relación con la capacidad para asociarlos
- 5.9. Costos Directos
- 5.10. Costos Indirectos
- 5.11. En relación al departamento en donde incurren
- 5.12. Departamentos de producción
- 5.13. Departamentos de servicios
- 5.14. En relación a las áreas funcionales
- 5.15. Costos de manufactura
- 5.16. Costos de mercadeo
- 5.17. Costos administrativos
- 5.18. Costos financieros
- 5.19. En relación al período en que se enfrentan los costos al ingreso
- 5.20. Costos del producto
- 5.21. Costos del período
- 5.22. En relación con la planeación, el control y la toma de decisiones
- 5.23. Costos estándares
- 5.24. Costos presupuestados

## **VI. Sueldos y Salarios**

- 6.1. Generalidades
- 6.2. Costos Directo e Indirecto
- 6.3. Contrato de Trabajo
- 6.4. Sistemas de Salarios e Incentivos
- 6.5. Sistema de Salarios por tiempo
- 6.6. Sistema de Salarios a Destajo
- 6.7. Sistema de incentivos
- 6.8. Gastos indirectos de Producción
- 6.9. Generalidades
- 6.10. Clasificación
- 6.11. Prorratoe de los Gastos Indirectos de Producción
- 6.12. Prorratoe Primario
- 6.13. Prorratoe Secundario
- 6.14. Bases de aplicación de los gastos indirectos a la producción
- 6.15. Base Valor
- 6.16. Base Tiempo
- 6.17. Base unidades trabajadas
- 6.18. Gastos indirectos estimados
- 6.19. Coeficiente regulador
- 6.20. Variaciones entre gastos indirectos reales y estimados
- 6.21. Determinación del coeficiente rectificador
- 6.22. Gastos indirectos de producción estimados en una división departamental

## **VII. Control por Órdenes de Producción**

- 7.1. Concepto

- 7.2. Tipos de industria en que se utiliza
- 7.3. Características
- 7.4. Ventajas y desventajas
- 7.5. Mecánica contable
- 7.6. Cuentas de costos
- 7.7. Concentración de los elementos del costo
- 7.8. Concentración de material utilizado
- 7.9. Concentración de la mano de obra utilizada
- 7.10. Concentración de los gastos indirectos de fabricación
- 7.11. Procedimiento de control por clases
- 7.12. Diferencias y aplicación contable

### **VIII. Control por Procesos de Producción**

- 8.1 Concepto
- 8.2 Tipo de industrias en que se utiliza
- 8.3 Período de costos
- 8.4 Características
- 8.5 Procesos secuenciales
- 8.6 Procesos paralelos
- 8.7 Concentración de los elementos del costo
- 8.8 Pérdidas normales y anormales de producción
- 8.9 Pérdida normal y Pérdida anormal
- 8.10 Producciones defectuosas y averiada
- 8.11 Mecánica contable
- 8.12 Procedimiento de control por operaciones

#### **Criterios de evaluación:**

1) Evaluaciones parciales	40%
2) Tareas y participación	30%
3) Evaluación final	30%
	100%

#### **Estrategias de enseñanza:**

Con docente:

- Clase expositiva y demostrativa
- Exposición de investigaciones y experiencias
- Dinámicas grupales

De estudio independiente:

- Realizar investigaciones
- Análisis de casos, ensayos
- Lecturas recomendadas

### **Instalaciones y equipo especial:**

- Aula.

### **Recursos y tecnologías de la información**

- Cañón.
- Internet.

### **Perfil Idóneo del docente**

- a. Nivel Educativo: Licenciatura
- b. Área de conocimiento: Ciencias Sociales, Administración y Derecho.
- c. Campo laboral y profesional: 1 año en el sector industrial, empresarial o de servicios.
- d. Experiencia docente: 2 años en Licenciatura.

### **Orientaciones bibliográficas**

- Cárdenas, R. (2016). Costos I. México: Ed. Instituto Mexicano de Contadores Públicos
- Rincón, I., Molina, F., Villareal, F. (2019). Costos I: componentes del costo (2<sup>a</sup> edición). Colombia: Ed. De la U.
- Arredondo, M. (2016). Contabilidad y análisis de costos. México: Ed. Patria
- Normas de Información Financiera. (2018). México: Instituto Mexicano de Contadores Públicos
- Vargas Moreno M de los A. (2020). Fundamentos de contabilidad (1<sup>a</sup> edición). México: Instituto Mexicano de Contadores Públicos
- Mendoza, C. (2018) Contabilidad Financiera. Colombia. Ed. Ecoe.



**Plan de Estudios:**  
**Licenciatura en Gestión de Negocios**  
**Programa de asignatura**

Asignatura: Probabilidad y estadística.

Semestre: Segundo.

Modalidad: Escolar (Presencial)

Clave de la asignatura: 0410207

Clave de la asignatura seriada: n

Duración total en horas:	112	Horas totales docente:	64	Horas totales de estudio independiente:	48	Créditos	7
--------------------------	-----	------------------------	----	---	----	----------	---

**Objetivo de la asignatura:**

Aplicar los elementos probabilísticos y estadísticos de los sistemas que incluyen componentes aleatorios, o que manejan un gran volumen de información, para emplearlos en investigaciones de su área e interpretación de resultados.

**Contenido temático:**

- I. Repaso de Conjuntos**
  - 1.1. Experimentos y espacios muestrales
  - 1.2. Eventos
  - 1.3. Definición de probabilidad y asignación
- II. Espacios Muestrales finitos y conteo**
  - 2.1. Principio de multiplicación
  - 2.2. Permutaciones
  - 2.3. Combinaciones
- III. Teoremas de calculo de probabilidad**
  - 3.1. Probabilidad Condicional
  - 3.2. Particiones
  - 3.3. Probabilidad total
  - 3.4. Teorema de Bayes
- IV. Función de distribución**
  - 4.1. Variables aleatorias discretas
  - 4.2. Variables aleatorias continuas
- V. Funciones**
  - 5.1. Transformaciones de las variables aleatorias
  - 5.2. Variables discretas
  - 5.3. Variables continuas
- VI. Esperanza Matemática**

- 6.1. Concepto y existencia
- 6.2. Propiedades
- 6.3. De una función de una variable aleatoria

**VII. Momentos**

- 7.1. Respecto al origen
- 7.2. Respecto a la media

**VIII. Dispersión**

- 8.1. Desviación media respecto a la media
- 8.2. Varianza
- 8.3. Desviación típica estándar

**IX. Otros parámetros**

- 9.1. Moda
- 9.2. Mediana
- 9.3. Cuantiles y Percentiles

**X. Organización de Datos**

- 10.1. Metodología
- 10.2. Aplicación a casos

**XI. Distribución**

- 11.1. Distribuciones de frecuencia de datos nominales
- 11.2. Comparación de las distribuciones
- 11.3. Distribuciones de frecuencias simples de datos ordinales y por intervalos
- 11.4. Distribuciones de frecuencias agrupadas de datos por intervalos
- 11.5. Distribuciones acumuladas

**XII. Características de la curva normal**

- 12.1. Área y probabilidad
- 12.2. La forma estándar
- 12.3. Ordenadas bajo la curva
- 12.4. Propiedades de la curva estándar
- 12.5. Curvas normales: el modelo y la realidad

**XIII. Desviación estándar**

- 13.1. Importancia de la desviación estándar.
- 13.2. Usos y casos.

**XIV. Puntajes estándar y la curva normal**

- 14.1. Importancia y metodología
- 14.2. Usos y casos

**XV. Probabilidad, curva normal.**

- 15.1. Importancia y metodología
- 15.2. Usos y casos

**Criterios de evaluación:**

1) Evaluaciones parciales	40%
2) Tareas y participación	30%
3) Evaluación final	30%
	100%

**Estrategias de enseñanza:**

Con docente:

- Clase expositiva y demostrativa
- Exposición de investigaciones y experiencias
- Dinámicas grupales

De estudio independiente:

- Realizar investigaciones
- Análisis de casos, ensayos
- Lecturas recomendadas

**Instalaciones y equipo especial:**

- Aula.

**Recursos y tecnologías de la información:**

- Cañón.
- Internet.

**Perfil Idóneo del docente:**

- a. Nivel Educativo: Licenciatura, Ingeniería.
- b. Área de conocimiento: Ingeniería, Ciencias exactas y TIC.
- c. Campo laboral y profesional: 1 año en el sector industrial, empresarial o de servicios.
- d. Experiencia docente: 2 años en Licenciatura.

**Orientaciones bibliográficas:**

- Sweeney, D., Williams, T., Anderson, D. (2016). Estadística para negocios y economía. 12<sup>a</sup> edición. México: Ed. Cengage learning
- Islas, C., Colin, M., Morales, F. (2018). Probabilidad y estadística. México: Ed. Éxodo
- Bohon, L., Ramos, R. (2017). Estadística para la Administración y Economía. 7<sup>a</sup> edición. México: Ed. Pearson.



**UNIVERSIDAD  
MODELO  
VALLADOLID**

**Plan de Estudios:  
Licenciatura en Gestión de Negocios  
Programa de asignatura**

Asignatura: Educación para la vida II

Semestre: Segundo

Modalidad: Escolar (Presencial)

Clave de la asignatura: 0410208

Clave de la asignatura seriada: n

Duración total en horas:	16	Horas totales docente:	16	Horas totales de estudio independiente:	0	Créditos	1
--------------------------	----	------------------------	----	---	---	----------	---

**Objetivo de la asignatura:**

Descubrir el potencial de diversas herramientas de la administración para la obtención de resultados óptimos en proyectos, tanto en la vida personal como académica.

**Contenido temático:**

- I. Trabajo en equipo**
  - 1.1. Ser y hacer.
  - 1.2. Grupo y equipo vs destino y metas.
  - 1.3. Las 5 C del trabajo en equipo.
  - 1.4. Valores del equipo.
  - 1.5. División y unión en los equipos.
- II. Administración del tiempo.**
  - 2.1. Conceptualización.
  - 2.2. Mi tiempo.
  - 2.3. Dimensiones.
  - 2.4. Ladrones del tiempo.
- III. Creatividad para la solución de problemas.**
  - 3.1. Las emociones.
  - 3.2. La creatividad.
  - 3.3. Técnica de los seis sombreros.

### Criterios de evaluación

1) Asistencia	40%
2) Infografía	30%
3) Evaluación de retroalimentación	30%
	100%

- Por reglamento se evaluará la materia como: aprobado o no aprobado.

### Estrategias de enseñanza

Con docente:

- Clase expositiva y demostrativa
- Exposición de investigaciones y experiencias
- Dinámicas grupales

### Instalaciones y equipo especial

- Aula.

### Recursos y tecnologías de la información

- Cañón.
- Computadora.
- Internet.
- Sistemas de almacenamiento en la nube.

### Perfil Idóneo del docente

- a. Nivel Educativo: Licenciatura.
- b. Área de conocimiento: Ciencias sociales, Administración y Derecho.
- c. Campo laboral y profesional: 2 años en el sector empresarial o de servicios.
- d. Experiencia docente: 2 años en licenciatura.

### Orientaciones bibliográficas

- Duch, I. (2004). *Idiario Pedagógico de la Universidad Modelo*. México: Universidad Modelo.
- Heidegger, M. (2020). *Ser y tiempo*. Editorial Trotta.
- Martín, R. (2018). *Las caras del tiempo*. Servicio de Publicaciones de la Universidad de Cádiz



**Plan de Estudios:**  
**Licenciatura en Gestión de Negocios**  
**Programa de asignatura**

**UNIVERSIDAD  
MODELO  
VALLADOLID**

Asignatura: Responsabilidad social empresarial y desarrollo sustentable.

Semestre: Tercero.

Modalidad: Escolar (Presencial)

Clave de la asignatura: 0410301

Clave de la asignatura seriada: n

Duración total en horas:	112	Horas totales docente:	64	Horas totales de estudio independiente:	48	Créditos	7
--------------------------	-----	------------------------	----	---	----	----------	---

**Objetivo de la asignatura:**

Comprender la relación que existe entre la Responsabilidad Social Empresarial y el Desarrollo Sustentable, como la vía ética para la gestión de recursos en la empresa.

**Contenido temático:**

**I. Contaminación, Contaminantes y Ambiente**

- 1.1.Población
- 1.2.Clasificación de los contaminantes
- 1.3.Características de los contaminantes
- 1.4.Fuentes generadoras de la contaminación
- 1.5.Los contaminantes y el ambiente
- 1.6.Principales efectos de los contaminantes sobre la salud

**II. Contaminación Atmosférica**

- 2.1.Contaminantes atmosféricos
- 2.2.Efectos globales de la contaminación atmosférica

**III. Contaminación del Agua**

- 3.1.Fuentes de contaminación
- 3.2.Tipos de contaminación y su impacto
- 3.3.El tratamiento de aguas contaminadas

**IV. Contaminantes del Suelo y Residuos Sólidos**

- 4.1.Residuos antropogénicos
- 4.2.El problema de los residuos sólidos
- 4.3.Subproductos reciclables
- 4.4.Alternativas de separación
- 4.5.Residuos peligrosos

- V. Impacto y Riesgo Ambiental**
  - 5.1.Impacto ambiental
  - 5.2.Análisis de riesgo ambiental
- VI. Tecnologías Limpias, Prevención y Control de la Contaminación Industrial**
  - 6.1.Reducción de fuentes generadoras
  - 6.2.Minimización de residuos industriales
  - 6.3.Control de la contaminación ambiental
- VII. Legislación Ambiental**
  - 7.1.El régimen jurídico de la calidad ambiental en México
  - 7.2.Participación de México en el Régimen Jurídico de la Calidad Ambiental Internacional
  - 7.3.Acuerdos ambientales.
- VIII. El Desarrollo Sostenible ¿Un nuevo paradigma?**
  - 8.1.Problemas de hoy en los patrones de desarrollo
  - 8.2.Orígenes del concepto de desarrollo sostenible
  - 8.3.Definición de términos y conceptos
  - 8.4.Algunas definiciones de desarrollo sostenible
  - 8.5.El concepto de desarrollo sostenible en México
  - 8.6.Diferentes enfoques de desarrollo sostenible
  - 8.7.Los recursos del desarrollo sostenible
  - 8.8.Las dimensiones del desarrollo sostenible: económico, ambiental y social
- IX. Horizontes para el Desarrollo Sostenible**
  - 9.1.Programa de medio ambiente
  - 9.2.Contexto internacional
  - 9.3.La importancia de la información ambiental
- X. Fundamentos de la Responsabilidad Social Empresarial y su relación con la Empresa**
  - 10.1. Introducción al concepto de responsabilidad social
  - 10.2. Evolución de la responsabilidad social empresarial: nacimiento y difusión América Latina
  - 10.3. De la responsabilidad social empresarial implícita a la responsabilidad social explícita
  - 10.4. Nacimiento y conceptualización de la RSE
  - 10.5. Proliferación de definiciones y modelos de RSE (1975-1990)
- XI. Ética y Filosofía de la Responsabilidad Social Empresarial Introducción**
  - 11.1. Ética y economía: ¿una contradicción inevitable?
  - 11.2. Ética en la gestión de las organizaciones
  - 11.3. Ética de la empresa como ética aplicada
  - 11.4. Responsabilidad: Definición e implicaciones
- XII. Cuatro Perspectivas sobre la RSE**
  - 12.1. Predominio de la perspectiva funcionalista
  - 12.2. Análisis pluralista de la RSE
  - 12.3. Enfoque funcionalista: la RSE como función de regulación social
  - 12.4. Enfoque sociológico: la RSE como relación de poder
  - 12.5. Enfoque culturalista: la RSE como producto cultural
- XIII. La teoría de la Pirámide de Carroll**

- 13.1. Responsabilidades Económicas
- 13.2. Responsabilidades Legales
- 13.3. Responsabilidades Éticas
- 13.4. Responsabilidades Filantrópicas.
- XIV. Empresas y Desarrollo Humano**
  - 14.1. Más allá del crecimiento económico: Las personas
  - 14.2. El desarrollo humano y sus implicaciones
  - 14.3. Evolución de la relación entre empresas transnacionales y comunidades locales
- XV. Perspectiva de los grupos de interés en la RSE**
  - 15.1. La empresa responsable desde una perspectiva dialógica
  - 15.2. Grupos de interés
  - 15.3. Gestión de la RSE desde la perspectiva de los grupos de interés
- XVI. Responsabilidad Social Empresarial estratégica**
  - 16.1. RSE estratégica
  - 16.2. Perspectivas sobre la RSE
  - 16.3. Implicaciones para el contexto de América Latina
- XVII. RSE en el buen gobierno**
  - 4.1 Principios generales de gobierno corporativo
  - 4.2 Gobierno corporativo y RSE
- XVIII. RSE y gestión de Recursos Humanos**
  - 18.1. Gestión de la diversidad y equidad
  - 18.2. Seguridad y salud ocupacionales
  - 18.3. Conciliación entre la vida personal, familiar y trabajo
- XIX. RSE y Marketing**
  - 19.1. El Marketing y la sociedad
  - 19.2. Dimensiones específicas de la RSE en el marketing
- XX. RSE y Logística**
  - 20.1 Logística con Responsabilidad Social (LRS)
  - 20.2 Desarrollo de Proveedores

<b>Criterios de evaluación:</b>
---------------------------------

1) Evaluaciones parciales	40%
2) Tareas y participación	30%
3) Evaluación final	30%
	100%

### **Estrategias de enseñanza:**

Con docente:

- Clase expositiva y demostrativa
- Exposición de investigaciones y experiencias
- Dinámicas grupales

De estudio independiente:

- Realizar investigaciones
- Análisis de casos, ensayos
- Lecturas recomendadas

### **Instalaciones y equipo especial:**

- Aula.

### **Recursos y tecnologías de la información:**

- Cañón.
- Internet.

### **Perfil Idóneo del docente:**

- a. Nivel Educativo: Licenciatura
- b. Área de conocimiento: Ciencias Sociales, Administración y Derecho.
- c. Campo laboral y profesional: 1 año en el sector industrial, empresarial o de servicios.
- d. Experiencia docente: 2 años en Licenciatura.

### **Orientaciones bibliográficas**

- Millar, T. (2019). Ciencia Ambiental, Ciencias e Ingeniería. E.U.A: Ed. Cengage Learning.
- Novo, M. (2016). El Desarrollo Sostenible, su dimensión ambiental y educativa. México: Ed. Pearson.
- Amador, C. (2016). El Mundo Finito: Desarrollo Sustentable en el siglo de oro de la Humanidad. México: Ed. Fondo de Cultura Económica.
- Raufflet, E., Portales, L. y García, C. (2017). Responsabilidad, ética y sostenibilidad empresarial. México: Ed. Pearson.



**Plan de Estudios:**  
**Licenciatura en Gestión de Negocios**  
**Programa de asignatura**

Asignatura: Gestión del capital humano.

Semestre: Tercero.

Modalidad: Escolar (Presencial)

Clave de la asignatura: 0410302

Clave de la asignatura seriada: n

Duración total en horas:	96	Horas totales docente:	64	Horas totales de estudio independiente:	32	Créditos	6
--------------------------	----	------------------------	----	---	----	----------	---

**Objetivo de la asignatura:**

Diseñar procesos de reclutamiento-contratación y capacitación para aplicar en la organización y tener colaboradores de acuerdo al perfil requerido.

**Contenido temático:**

- I. Fundamentos de la Administración de Recursos Humanos**
  - 1.1 Naturaleza de la administración de los Recursos Humanos
  - 1.2 Objetivo de la administración de los Recursos Humanos
  - 1.3 Objetivos de los empresarios y de los trabajadores
  - 1.4 Bases de la coordinación entre empresa y trabajadores
- II. Desarrollo Histórico de las Relaciones de Trabajo**
  - 2.1 Breve historia de las relaciones de trabajo
  - 2.2 Importancia de mantener relaciones sanas de trabajo
- III. Organización y Funciones del Área de Recursos Humanos**
  - 3.1 Organización del área
  - 3.2 Jerarquía de puestos
  - 3.3 Descripciones de puestos
- IV. Requisitos del Director de Recursos Humanos**
  - 4.1 Preparación profesional
  - 4.2 Experiencia profesional.
- V. Reclutamiento-contratación**
  - 5.1 Reclutamiento.
  - 5.2 Selección
  - 5.3 Entrevistas
  - 5.4 Pruebas psicométricas
  - 5.5 Exámenes médicos
- VI. Contratación**

- 6.1 Inducción a la empresa
- 6.2 Contratos de trabajo

**VII. Capacitación**

- 7.1 Tipos de capacitación
- 7.2 Beneficios de la capacitación
- 7.3 Cómo aprende la gente
- 7.4 Barreras del aprendizaje
- 7.5 Desglose de tareas
- 7.6 Exposición de tareas
- 7.7 Diseño de la carta descriptiva

**VIII. Detección de Necesidades de Capacitación.**

- 8.1 Diseño de un curso
- 8.2 Impartición del curso

**Criterios de evaluación:**

1) Evaluaciones parciales	40%
2) Tareas y participación	30%
3) Evaluación final	30%
	100%

**Estrategias de enseñanza:**

Con docente:

- Clase expositiva y demostrativa
- Exposición de investigaciones y experiencias
- Dinámicas grupales

De estudio independiente:

- Realizar investigaciones
- Análisis de casos, ensayos
- Lecturas recomendadas

**Instalaciones y equipo especial:**

- Aula.

**Recursos y tecnologías de la información:**

- Cañón.
- Internet.

**Perfil Idóneo del docente:**

- a. Nivel Educativo: Licenciatura
- b. Área de conocimiento: Ciencias Sociales, Administración y Derecho.
- c. Campo laboral y profesional: 1 año en el sector industrial, empresarial o de servicios.
- d. Experiencia docente: 2 años en Licenciatura.

**Orientaciones bibliográficas:**

- Valera, R. (2017). Administración de la Compensación. Sueldos, salarios y prestaciones. México: Ed. Pearson.
- Chiavenato, I. (2019). Administración de Recursos Humanos: el capital humano de las organizaciones. México: Ed. Mac Graw Hill.
- Delgado, M. (2016). Gestión de Recursos Humanos. México: Ed. Pearson.
- Marco, F. (2017). Introducción a la gestión y administración de las organizaciones. México: Ed. Trillas.
- Munch, L. (2018). Administración, gestión organizacional, enfoques y procesos administrativos. México: Ed. Pearson.



**UNIVERSIDAD  
MODELO  
VALLADOLID**

**Plan de Estudios:  
Licenciatura en Gestión de Negocios  
Programa de asignatura**

Asignatura: Macroeconomía.

Semestre: Tercero

Modalidad: Escolar (Presencial)

Clave de la asignatura: 0410303

Clave de la asignatura seriada: n

Duración total en horas:	112	Horas totales docente:	64	Horas totales de estudio independiente:	48	Créditos	7
--------------------------	-----	------------------------	----	---	----	----------	---

**Objetivo de la asignatura:**

Comprender el funcionamiento de la realidad macroeconómica mexicana.

**Contenido temático:**

**I. Introducción al estudio de la Teoría Macroeconómica**

- 1.1. Producto Interno Bruto
- 1.2. Desempleo e Inflación
- 1.3. Inversión y tasa de interés
- 1.4. Presupuesto gubernamental
- 1.5. Balanza comercial

**II. Flujo Circular de la Macroeconomía**

- 2.1. Flujo real
- 2.2. Flujo monetario

**III. El papel del Estado en la Economía**

- 3.1. Visión clásica
- 3.2. Keynesiana
- 3.3. Monetarista

**IV. Conceptos Básicos de la Contabilidad Nacional**

- 4.1. Producto Interno Bruto
- 4.2. Producto Nacional Bruto
- 4.3. Producto Interno Neto
- 4.4. PIB nominal, PIB real y deflactor del PIB

**V. Enfoques para calcular el producto Interno Bruto**

- 5.1. Enfoque del ingreso-costo
- 5.2. Enfoque del producto-gasto
- 5.3. Valor agregado de la producción

**VI. Producción por Sectores**

- 6.1. Sector Primario
- 6.2. Sector secundario
- 6.3. Sector Terciario

**VII. Crecimiento Económico e Impacto en los Negocios**

- 7.1. Tasa de crecimiento económico
- 7.2. Ciclos de negocios
- 7.3. Principales indicadores económicos que califican el avances económico nacional

**VIII. Introducción al Modelo Oferta Agregada y Demanda Agregada**

- 8.1. Concepto
- 8.2. Usos y aplicaciones

**IX. Oferta Agregada**

- 9.1. Variables
- 9.2. Producción interna (para el mercado, uso interno de las empresas, no de mercado)
- 9.3. Impuestos netos sobre los productos, impuesto sobre los productos
- 9.4. Subsidios, importación
- 9.5. Cambios de la oferta agregada

**X. Demanda Agregada**

- 10.1. Variables
- 10.2. Consumo
- 10.3. Ahorro
- 10.4. Producción de materias primas
- 10.5. Inversión
- 10.6. Acumulación de inventarios
- 10.7. Exportaciones
- 10.8. Cambios en la demanda agregado

**XI. Equilibrio Macroeconómico**

- 11.1. Equilibrio macroeconómico a corto plazo
- 11.2. Equilibrio macroeconómico a largo plazo

**XII. Conceptos Básicos de Desempleo**

- 12.1. Causas de origen del desempleo y definición
- 12.2. Clasificación de la población total en: población económicamente activa, población ocupada y desocupada

**XIII. Indicadores del Mercado Laboral**

- 13.1. Tasa de desempleo abierto
- 13.2. Tasa de participación de la fuerza laboral o tasa neta de actividad
- 13.3. Tasa de ocupación o razón de empleo a la población

**XIV. Desempleo**

- 14.1. Medición del desempleo en México
- 14.2. Tipos de desempleo
- 14.3. Desempleo por fricción
- 14.4. Desempleo estructural
- 14.5. Desempleo cíclico

**XV. Actividades relacionadas con el Desempleo y los Ciclos de Negocios**

- 15.1. Subempleo
- 15.2. Economía informal

**XVI. Introducción a la Inflación**

- 16.1. Concepto de inflación
- 16.2. Distinción de inflación de un alza de una vez del nivel de precios

**XVII. Medición de la Inflación**

- 17.1. Tasa de inflación y nivel de precios
- 17.2. IPC sesgado
- 17.3. Deflactor del PIB como medida de la inflación

**XVIII. Orígenes de la Inflación**

- 18.1. Inflación de demanda
- 18.2. Inflación de costos
- 18.3. Efectos de la inflación

**XIX. La Demanda de Dinero**

- 19.1. Concepto de demanda de dinero
- 19.2. Determinantes de la demanda de dinero: precios e ingresos
- 19.3. Agregados monetarios

**XX. El Banco Central**

- 20.1. Objetivos del Banco Central
- 20.2. Estructura del Banco de México
- 20.3. Instrumentos de política monetaria del Banco Central

**XXI. Control de la Oferta Monetaria**

- 21.1. Funcionamiento de los coeficientes de reservas obligatorias
- 21.2. Funcionamiento de la tasa de descuento
- 21.3. Funcionamiento de las operaciones de mercado abierto

**XXII. Política Fiscal**

- 22.1. Definición de política fiscal
- 22.2. Sistema Financiero Mexicano
- 22.3. El Presupuesto Federal
- 22.4. Déficit público
- 22.5. Política fiscal expansionista y política fiscal contraccionista

**XXIII. Efectos de la Política Fiscal en la Demanda Agregada**

- 23.1. Políticas para afrontar las perturbaciones de demanda
- 23.2. Sector Gobierno y la determinación del ingreso
- 23.3. El proceso Multiplicador

**XXIV. Economía Abierta**

- 24.1. Definición de economía abierta
- 24.2. Balanza de Pagos
- 24.3. Balanza comercial
- 24.4. Tratados y acuerdos comerciales

**XXV. Modelización de la Economía Abierta**

- 25.1. La tradición macroeconómica
- 25.2. Contrastación economía dependiente y economía abierta

#### **Criterios de evaluación:**

1) Evaluaciones parciales	40%
2) Tareas y participación	30%
3) Evaluación final	30%
	100%

#### **Estrategias de enseñanza:**

Con docente:

- Clase expositiva y demostrativa
- Exposición de investigaciones y experiencias
- Dinámicas grupales

De estudio independiente:

- Realizar investigaciones
- Análisis de casos, ensayos
- Lecturas recomendadas

#### **Instalaciones y equipo especial:**

- Aula.

#### **Recursos y tecnologías de la información:**

- Cañón.
- Internet.

#### **Perfil Idóneo del docente:**

- a. Nivel Educativo: Licenciatura
- b. Área de conocimiento: Ciencias Sociales, Administración y Derecho.
- c. Campo laboral y profesional: 1 año en el sector industrial, empresarial o de servicios.
- d. Experiencia docente: 2 años en Licenciatura.

#### **Orientaciones bibliográficas**

- Krugman, P. Wells, R. (2016). Macroeconomía (3<sup>a</sup> edición). España: Ed. Reverté.
- Gregory, N. (2020). Macroeconomía (10<sup>a</sup> edición). España: Ed: Antoni Bosch
- Rivera, I. (2018). Principios de Macroeconomía: un enfoque de sentido común. Perú: Ed. PUCP



**UNIVERSIDAD  
MODELO  
VALLADOLID**

**Plan de Estudios:  
Licenciatura en Gestión de Negocios  
Programa de asignatura**

Asignatura: Taller de trabajo científico.

Semestre: Tercero.

Modalidad: Escolar (Presencial)

Clave de la asignatura: 0410304

Clave de la asignatura seriada: 16141

Duración total en horas:	96	Horas totales docente:	64	Horas totales de estudio independiente:	32	Créditos	6
--------------------------	----	------------------------	----	---	----	----------	---

**Objetivo de la asignatura:**

Comprender el método científico para su aplicación en futuros proyectos de investigación.

**Contenido temático:**

**I. Características del Método Científico**

- 1.1. Lo fáctico
- 1.2. Reglas metodológicas
- 1.3. Verificación

**II. La Investigación Científica**

- 2.1. ¿Por qué se investiga?
- 2.2. ¿Cómo se investiga?
- 2.3. ¿Para qué investigar?

**III. Pasos del Método Científico**

- 3.1. Observación
- 3.2. Preguntas
- 3.3. Hipótesis
- 3.4. Experimentación
- 3.5. Conclusiones

**IV. Formas y Tipos de Investigación**

- 4.1. Descriptivas (qué es, cómo es, dónde está, de qué está hecho, cuánto)
- 4.2. Exploratorias
- 4.3. Explicativas (por qué)
- 4.4. Históricas

**V. Fuentes Indirectas**

- 5.1. Bibliográficas
- 5.2. Hemerográficas

5.3. Otras

**VI. Fuentes Directas**

- 6.1. Transmisión oral
- 6.2. Observación

**VII. Las Operaciones Mentales**

- 7.1. De representación
- 7.2. De identificación de problemas
- 7.3. De relación

**VIII. La Elección del Tema de Investigación**

- 8.1. Motivación
- 8.2. Disciplina
- 8.3. Estudios previos
- 8.4. Extensión del tema
- 8.5. El tiempo
- 8.6. El acceso a las fuentes
- 8.7. Los métodos

**IX. Las Habilidades para Investigar**

- 9.1. Lectura
- 9.2. Saber escuchar
- 9.3. Observación
- 9.4. Elección
- 9.5. Curiosidad
- 9.6. Resumen
- 9.7. Orden
- 9.8. Redacción
- 9.9. Presentación

**X. El Sistema Conceptual**

- 10.1. Variables
- 10.2. Indicadores
- 10.3. Operacionalización de las variables

**XI. El Planteamiento del Problema**

- 11.1. El diseño de la pregunta
- 11.2. Los objetivos
- 11.3. La justificación

**Criterios de evaluación:**

1) Evaluaciones parciales	40%
2) Tareas y participación	30%
3) Evaluación final	30%
	100%

### **Estrategias de enseñanza:**

Con docente:

- Clase expositiva y demostrativa
- Exposición de investigaciones y experiencias
- Dinámicas grupales

De estudio independiente:

- Realizar investigaciones
- Análisis de casos, ensayos
- Lecturas recomendadas

### **Instalaciones y equipo especial:**

- Aula.

### **Recursos y tecnologías de la información:**

- Cañón.
- Internet.

### **Perfil Idóneo del docente:**

- a. Nivel Educativo: Licenciatura
- b. Área de conocimiento: Ciencias Sociales, Administración y Derecho.
- c. Campo laboral y profesional: 1 año en el sector industrial, empresarial o de servicios.
- d. Experiencia docente: 2 años en Licenciatura.

### **Orientaciones bibliográficas:**

- Escudero, D. (2017). Metodología del trabajo científico: Proceso de Investigación y uso de SPSS. Argentina: Universidad Adventista del Plata.
- 2. Hernández, S.R. Mendoza, T. (2018), Metodología de la Investigación: las rutas cuantitativa, cualitativa y mixta, México, Mc Graw Hill
- 3. Santos Valencia, R. A., Barroso Tanoira, F. G., Chuc Canul, F. A., & Santos Cervera, M. T. (2020). Cómo elaborar un proyecto de investigación. México: Instituto Mexicano de Contadores Públicos.
- 4. Urbano, C. A., & Yuni, J. (2020). Metodología y técnicas para investigar: recursos para la elaboración de proyectos, análisis de datos y redacción científica. Córdoba: Brujas.



**Plan de Estudios:**  
**Licenciatura en Gestión de Negocios**  
**Programa de asignatura**

**UNIVERSIDAD  
MODELO  
VALLADOLID**

Asignatura: Análisis político y socioeconómico de México.

Semestre: Tercero.

Modalidad: Escolar (Presencial)

Clave de la asignatura: 0410305

Clave de la asignatura seriada: n

Duración total en horas:	112	Horas totales docente:	64	Horas totales de estudio independiente:	48	Créditos	7
--------------------------	-----	------------------------	----	---	----	----------	---

**Objetivo de la asignatura:**

Comprender los principales problemas que afectan la vida económica, política y social del país y el impacto que sobre la sociedad y las empresas tienen las acciones gubernamentales.

**Contenido temático:**

**I. Modelos Económicos**

- 1.1. Las políticas desarrollistas
- 1.2. El crecimiento hacia adentro
- 1.3. El crecimiento hacia fuera

**II. Modelos y Tendencias Actuales**

- 2.1. Conceptos de influencia externa
- 2.2. Concepción del crecimiento a futuro

**III. El subdesarrollo Latinoamericano**

- 3.1. Antecedentes
- 3.2. Enfoques basados en el crecimiento económico
- 3.3. El enfoque metrópoli- periferia como crítica al desarrollismo

**IV. Efectos del Subdesarrollo en los Diversos Indicadores**

- 4.1. Económicos
- 4.2. Sociales
- 4.3. Culturales

**V. Los Partidos Políticos**

- 5.1. Partido Revolucionario Institucional
- 5.2. Partido Acción Nacional
- 5.3. Partido de la Revolución Democrática
- 5.4. Movimiento de regeneración nacional.

**VI. Las Elecciones del Siglo XXI**

- 6.1. El futuro del Estado-Nación
- 6.2. El papel de la sociedad civil
- 6.3. La democracia
- 6.4. Expectativas de las nuevas generaciones

**VII. El Modelo Neoliberal**

- 7.1. Antecedentes
- 7.2. Propósitos y comportamiento
- 7.3. Política económica

**VIII. La Globalización y Soberanismo**

- 8.1. La globalización económica
- 8.2. Incidencia socio-cultural
- 8.3. Las corporaciones transnacionales

**IX. El TMEC**

- 9.1. Relaciones bilaterales México- Estados Unidos
- 9.2. Impacto económico
- 9.3. La migración
- 9.4. Efectos económicos y culturales

**Criterios de evaluación:**

1) Evaluaciones parciales	40%
2) Tareas y participación	30%
3) Evaluación final	30%
	100%

**Estrategias de enseñanza:**

Con docente:

- Clase expositiva y demostrativa
- Exposición de investigaciones y experiencias
- Dinámicas grupales

De estudio independiente:

- Realizar investigaciones
- Análisis de casos, ensayos
- Lecturas recomendadas

**Instalaciones y equipo especial:**

- Aula.

**Recursos y tecnologías de la información:**

- Cañón.
- Internet.

### **Perfil Idóneo del docente:**

- a. Nivel Educativo: Licenciatura
- b. Área de conocimiento: Ciencias Sociales, Administración y Derecho.
- c. Campo laboral y profesional: 1 año en el sector industrial, empresarial o de servicios.
- d. Experiencia docente: 2 años en Licenciatura.

### **Orientaciones bibliográficas**

- Ai Camp, R. (2018). La política en México: ¿consolidación democrática o deterioro. México, D.F, FCE - Fondo de Cultura Económica
- Barrios, M. Á. y Refoyo Acedo, E. (2020). Geopolítica, soberanía y orden internacional en la Nueva Normalidad. Buenos Aires, Editorial Biblos.
- Begné Guerra, C. (2018). Neoliberalismo y política criminal en México. CDMX, México, Editorial Miguel Ángel Porrúa.
- Carbajal Suárez, Y. (Coord.), Almonte, L. D. J. (Coord.) y Torres Preciado, V. H. (Coord.) (2021). Actividad económica en México: un análisis sectorial. Ciudad de México, Ediciones y Gráficos Eón.
- Montenegro, W. (2019). Introducción a las doctrinas político-económicas. Ciudad de México, FCE - Fondo de Cultura Económica.
- Rommel Conde, E. (II.) (2021). Marco social y económico de México. Grupo Editorial Éxodo.



**UNIVERSIDAD  
MODELO  
VALLADOLID**

**Plan de Estudios:  
Licenciatura en Gestión de Negocios  
Programa de asignatura**

Asignatura: Contabilidad administrativa.

Semestre: Tercero.

Modalidad: Escolar (Presencial)

Clave de la asignatura: 0410306

Clave de la asignatura seriada: n

Duración total en horas:	112	Horas totales docente:	64	Horas totales de estudio independiente:	48	Créditos	7
--------------------------	-----	------------------------	----	---	----	----------	---

**Objetivo de la asignatura:**

Analizar la información administrativa y sus herramientas cuantitativas para una adecuada toma de decisiones de los usuarios internos de la información contable con el fin de lograr que la empresa sea competitiva nacional e internacionalmente.

**Contenido temático:**

- I. El Papel de la Información contable en el Diseño de Estrategias y el Proceso Administrativo**
  - 1.1 Concepto de Información contable, estrategia y proceso administrativo
  - 1.2 Los desafíos ante la integración de bloques económicos
- II. La Contabilidad Financiera y la Contabilidad Administrativa**
  - 2.1 La contabilidad y la toma de decisiones
  - 2.2 El proceso de administración y la contabilidad
  - 2.3 El papel de la contabilidad administrativa en el proceso administrativo
  - 2.4 El papel del contralor
- III. Causantes del Costo**
  - 3.1 Los costos variables y fijos en el nivel de actividad de los causantes del costo
  - 3.2 Métodos de segmentación de costos variables
  - 3.3 La segmentación de los costos en una situación lineal
  - 3.4 Rango Relevante
- IV. El Papel de la Información de los Costos en los Negocios**
  - 4.1 Problemas de la contabilidad por actividades
  - 4.2 Uso óptimo de los recursos limitados
- V. Modelo Costo-Volumen-Utilidad**
  - 5.1 Escenario del análisis de CVU
  - 5.2 Punto de equilibrio: métodos de contribución marginal y de la ecuación

- VI. Usos Adicionales del Análisis Costo-Volumen**
  - 6.1 Apalancamiento operativo
  - 6.2 Margen de seguridad
  - 6.3 Contribución marginal y margen bruto
- VII. Análisis marginal**
  - 7.1 Concepto de relevancia
  - 7.2 Modelo de decisión
  - 7.3 Información relevante y el comportamiento del costo
- VIII. Mezcla óptima de productos**
  - 8.1 Eliminación o introducción de nuevas líneas de productos
  - 8.2 Pedidos especiales
- IX. Decisiones a corto plazo:**
  - 9.1 Fabricar o maquilar
  - 9.2 El desempeño como medición
  - 9.3 Otras decisiones de corto plazo
  - 9.4 Estados de resultados con enfoque absorbente y directo
- X. Fijar precios**
  - 10.1 Concepto de fijar precios
  - 10.2 Fijación de precios y contabilidad
  - 10.3 Influencias generales en la fijación de precios
- XI. Métodos de fijación de precios.**
  - 11.1 Fijación de precios basada en el costo más el margen de utilidad
  - 11.2 Fijación de precios basada en el costo total de manufactura y del costo total más el margen de utilidad
  - 11.3 Fijación de precios basada en el método de un rendimiento esperado sobre la inversión.
- XII. Elaboración de una práctica de fijación de precios**
  - 12.1 Diseño de la práctica
  - 12.2 Análisis y conclusión de la aplicación
- XIII. Los Sistemas de Control Administrativo**
  - 13.1 Concepto, y tipos de sistemas
  - 13.2 Objetivos y beneficios del sistema de control administrativo
- XIV. Contabilidad por Áreas de Responsabilidad**
  - 14.1 Centros de responsabilidad
  - 14.2 Sistemas de control administrativo en organizaciones de servicios, gubernamentales y no lucrativas.
- XV. Evaluación de Ejecutivos**
  - 15.1 Método para la evaluación de ejecutivos
  - 15.2 La descentralización y sus ventajas
  - 15.3 Congruencia entre metas, esfuerzo administrativo y motivación
- XVI. Controlabilidad y Medición del Desempeño Financiero**
  - 16.1 Contribución marginal
  - 16.2 Margen controlable por los administradores de segmentos
  - 16.3 Características esenciales de los informes de desempeño
  - 16.4 Formato básico de los informes de desempeño
- XVII. Mediciones No Financieras del Desempeño**
  - 17.1 El cuadro de Mando Integral

- 17.2 Control de calidad
- 17.3 Control de la productividad
- 17.4 Sistemas de Control Administrativo en Organizaciones de Servicios, Gubernamentales y No Lucrativas
- 17.5 Modelos de control
- 17.6 Conceptos de influencia en la determinación de los modelos de control

#### **Criterios de evaluación:**

1) Evaluaciones parciales	40%
2) Tareas y participación	30%
3) Evaluación final	30%
	100%

#### **Estrategias de enseñanza:**

Con docente:

- Clase expositiva y demostrativa
- Exposición de investigaciones y experiencias
- Dinámicas grupales

De estudio independiente:

- Realizar investigaciones
- Análisis de casos, ensayos
- Lecturas recomendadas

#### **Instalaciones y equipo especial:**

- Aula.

#### **Recursos y tecnologías de la información:**

- Cañón.
- Internet.

#### **Perfil Idóneo del docente:**

- a. Nivel Educativo: Licenciatura
- b. Área de conocimiento: Ciencias Sociales, Administración y Derecho.
- c. Campo laboral y profesional: 1 año en el sector industrial, empresarial o de servicios.
- d. Experiencia docente: 2 años en Licenciatura.

### **Orientaciones bibliográficas**

- Izar, J. (2016). Contabilidad administrativa. México: Ed. Instituto Mexicano de Contadores Públicos
- Gómez, X. y López, M. (2021). Contabilidad Administrativa. México: Ed. Patria.
- Normas de Información Financiera. (2018). México: Instituto Mexicano de Contadores Públicos
- Vargas Moreno M de los A. (2020). Fundamentos de contabilidad (1<sup>a</sup> edición). México: Instituto Mexicano de Contadores Públicos
- Gómez, X. y López, M. (2021). Contabilidad Administrativa. México: Ed. Patria.



**Plan de Estudios:**  
**Licenciatura en Gestión de Negocios**  
**Programa de asignatura**

Asignatura: Estadística aplicada.

Semestre: Tercero.

Modalidad: Escolar (Presencial)

Clave de la asignatura: 0410307

Clave de la asignatura seriada: n

Duración total en horas:	112	Horas totales docente:	64	Horas totales de estudio independiente:	48	Créditos	7
--------------------------	-----	------------------------	----	---	----	----------	---

**Objetivo de la asignatura:**

Aplicar las herramientas estadísticas a través de la resolución de problemas con Excel y el software estadístico SPSS.

**Contenido temático:**

- I. Distribución de Probabilidad Uniforme**  
1.1 Áreas como medida de probabilidad
- II. Distribución de Probabilidad Normal**  
2.1 Curva normal  
2.2 Distribución de probabilidad normal estándar  
2.3 Cálculo de probabilidades en cualquier distribución de probabilidad normal
- III. Aproximación Normal de las Probabilidades Binomiales**  
3.1 Función y media de la distribución binomial  
3.2 Cálculo de la probabilidad binomial
- IV. Distribución de Probabilidad Exponencial**  
4.1 Cálculo de probabilidades para la distribución exponencial  
4.2 Relación entre la distribución de Poisson y la exponencial
- V. El problema de muestreo en una compañía**
- VI. Muestreo aleatorio simple.**  
6.1 Muestreo de una población finita  
6.2 Muestreo de una población infinita
- VII. Estimación puntual y distribuciones muestrales**  
7.1 Distribución muestral de  $\bar{x}$   
7.2 Distribución muestral de  $p$
- VIII. Propiedades de los estimadores puntuales**

- 8.1 Insesgadez
- 8.2 Eficiencia
- 8.3 Consistencia
- IX. Otros métodos de muestreo**
  - 9.1 Muestreo aleatorio estratificado
  - 9.2 Muestreo por conglomerados
  - 9.3 Muestreo sistemático
  - 9.4 Muestreo de conveniencia
  - 9.5 Muestreo subjetivo
- X. Media poblacional:  $\sigma$  conocida**
  - 10.1 Margen de error y estimación por intervalo
  - 10.2 Recomendación práctica
- XI. Media poblacional:  $\sigma$  desconocida**
  - 11.1 Margen de error en estimación por intervalo
  - 11.2 Recomendación práctica
  - 11.3 Uso de una muestra pequeña
- XII. Determinación del tamaño de la muestra**
  - 12.1 Proporción poblacional
  - 12.2 Determinación del tamaño de la muestra
- XIII. Elaboración de la hipótesis nula y alterna.**
  - 13.1 Prueba de una hipótesis de investigación.
  - 13.2 Prueba de la validez de una afirmación.
  - 13.3 Prueba en situaciones de toma de decisión.
  - 13.4 Resumen de las formas para las hipótesis nula y alternativa.
  - 13.5 Errores tipo I y II.
- XIV. Media poblacional:  $\sigma$  conocida.**
  - 14.1 Prueba de una cola
  - 14.2 Prueba de dos colas
  - 14.3 Resumen y recomendaciones prácticas
  - 14.4 Relación entre estimación por intervalo y prueba de hipótesis
- XV. Media poblacional:  $\sigma$  desconocida**
  - 15.1 Prueba de una cola
  - 15.2 Prueba de dos colas
  - 15.3 Resumen y recomendación práctica
  - 15.4 Proporción poblacional
- XVI. Prueba de hipótesis y toma de decisiones.**
  - 16.1 Cálculo de la probabilidad de los errores tipo II
  - 16.2 Determinación del tamaño de la muestra en una prueba de hipótesis para la media poblacional
- XVII. Modelo de Regresión Lineal Simple**
  - 17.1 Modelo de regresión y ecuación de regresión
  - 17.2 Ecuación de regresión estimada
- XVIII. Método de mínimos cuadrados**
  - 18.1 Aplicación del modelo
  - 18.2 Implicaciones en la toma de decisión
- XIX. Coeficiente de determinación**

- 19.1 Coeficiente de correlación
- 19.2 Interpretación de la relación entre las variables
- XX. Suposiciones del modelo**
- XXI. Prueba de significancia**
  - 21.1 Estimación de  $\sigma^2$
  - 21.2 Prueba t
  - 21.3 Intervalo de confianza para  $\beta_1$
  - 21.4 Prueba F
  - 21.5 Algunas advertencias acerca de la interpretación de las pruebas de significancia
- XXII. Uso de la ecuación de regresión estimada para estimaciones y predicciones**
  - 22.1 Estimación puntual
  - 22.2 Estimación por intervalo
  - 22.3 Intervalo de confianza para el valor medio de y
  - 22.4 Intervalo de predicción para un solo valor de y
- XXIII. Solución por computadoras**
- XXIV. Análisis residual: confirmación de las suposiciones del modelo**
  - 24.1 Gráfica de residuales contra x
  - 24.2 Gráfica de residuales contra  $\hat{y}$
  - 24.3 Residuales estandarizados
  - 24.4 Gráfica de probabilidad normal
- XXV. Análisis de residuales: observaciones atípicas y observaciones influyentes**
  - 25.1 Detección de observaciones atípicas
  - 25.2 Detección de observaciones influyentes

**Criterios de evaluación:**

1) Evaluaciones parciales	40%
2) Tareas y participación	30%
3) Evaluación final	30%
	100%

**Estrategias de enseñanza:**

Con docente:

- Clase expositiva y demostrativa
- Exposición de investigaciones y experiencias
- Dinámicas grupales

De estudio independiente:

- Realizar investigaciones
- Análisis de casos, ensayos
- Lecturas recomendadas

**Instalaciones y equipo especial:**

- Aula.

**Recursos y tecnologías de la información:**

- Cañón.
- Internet.
- Programa SPSS

**Perfil Idóneo del docente:**

- a. Nivel Educativo: Ingeniería.
- b. Área de conocimiento: Ingeniería, Ciencias exactas y TIC.
- c. Campo laboral y profesional: 1 año en el sector industrial, empresarial o de servicios.
- d. Experiencia docente: 2 años en Licenciatura.

**Orientaciones bibliográficas:**

- Levine, D. y Ramos, R. (2017). Estadística para Administración y economía (7<sup>a</sup> edición). México: Ed. Pearson.
- López, C. (2016). Muestreo Estadístico: Conceptos y Problemas Resueltos. México: Ed. Pearson.
- Miller, C. (2016). Matemáticas: Razonamiento y Aplicaciones. México: Ed. Trillas
- Robbins, S. (2017). Fundamentos de Administración. México: Ed. Pearson.
- Mancillas, E. (2017). Introducción a los Negocios. México: Ed. Trillas



**Plan de Estudios:  
Licenciatura en Gestión de Negocios  
Programa de asignatura**

Asignatura: Educación para la vida III

Semestre: Tercero

Modalidad: Escolar (Presencial)

Clave de la asignatura: 0410308

Clave de la asignatura seriada: n

Duración total en horas:	16	Horas totales docente:	16	Horas totales de estudio independiente:	0	Créditos	1
--------------------------	----	------------------------	----	---	---	----------	---

**Objetivo de la asignatura:**

Utilizar técnicas y estrategias para la convivencia pacífica y la transformación positiva de conflictos.

**Contenido temático:**

- I. Violencia, paz, justicia y perdón.**
  - 1.1. Violencia y tipos de violencia.
  - 1.2. La paz y formas de paz.
  - 1.3. Micro nivel, meso nivel y macro nivel.
  - 1.4. La justicia, a quien beneficia y a quien se orienta.
  - 1.5. Que hay con el perdón.
- II. Comunicación no violenta.**
  - 2.1. Comunicación.
  - 2.2. Comunicación no violenta y su proceso.
  - 2.3. Sentimientos, emociones y necesidades.
  - 2.4. Lenguaje positivo.
- III. Mediación y negociación.**
  - 3.1. Negociación.
  - 3.2. Transformación y tipos de conflictos.
  - 3.3. Mediación.
  - 3.4. Resolución de conflictos.

### **Criterios de evaluación:**

1) Asistencia	40%
2) Infografía	30%
3) Evaluación de retroalimentación	30%
	100%

- Por reglamento se evaluará la materia como: aprobado o no aprobado.

### **Estrategias de enseñanza:**

Con docente:

- Clase expositiva y demostrativa
- Exposición de investigaciones y experiencias
- Dinámicas grupales

### **Instalaciones y equipo especial:**

- Aula.

### **Recursos y tecnologías de la información:**

- Cañón.
- Computadora.
- Internet.
- Sistemas de almacenamiento en la nube.

### **Perfil Idóneo del docente:**

- Nivel Educativo: Licenciatura.
- Área de conocimiento: Ciencias sociales, Administración y Derecho.
- Campo laboral y profesional: 2 años en el sector empresarial o de servicios.
- Experiencia docente: 2 años en licenciatura.

### **Orientaciones bibliográficas:**

- Duch, I. (2004). Ideario Pedagógico de la Universidad Modelo. México: Universidad Modelo.
- Hernández, K. y Lesmes, A. (2018). La escucha activa como elemento necesario para el diálogo. *Convicciones*, 9(1), 83-87.  
<https://www.fesc.edu.co/Revistas/OJS/index.php/convicciones/article/view/272>

- Jiménez, F. (2019). Antropología de la violencia: origen, causas y realidad de la violencia híbrida. *Revista de Cultura de Paz*, 3, 9-51.  
<https://revistadeculturadepaz.com/index.php/culturapaz/article/view/62/38>
- Luna, A. (2018). Algunas contribuciones de la psicología del conflicto a la filosofía para la paz. *Sincronía. Revista de Filosofía y Letras*, 73, 3-18.  
[http://sincronia.cucsh.udg.mx/pdf/73/a1\\_03\\_24.pdf](http://sincronia.cucsh.udg.mx/pdf/73/a1_03_24.pdf)
- Manshad, M. y Beltiukov, A. (2019). Summarizing Emotions from Text Using Plutchik's Wheel of Emotions. 7th Scientific Conference on Information Technologies for Intelligent Decision Making Support (ITIDS 2019). *Advances in Intelligent System Research*, 166, pp. 291 – 294.  
<https://dx.doi.org/10.2991/itids-19.2019.52>
- Rosenberg, M. B. (2018) El corazón del cambio social. Un lenguaje de vida. Editorial Acanto.
- Telleschi, T. (2018). El alcance filosófico y sociológico de la paz imperfecta. Un re-enfoque crítico. *Revista de Cultura de Paz*, 2, 45-67.  
<https://revistadeculturadepaz.com/index.php/culturapaz/article/view/27/22>



**Plan de Estudios:**  
**Licenciatura en Gestión de Negocios**  
**Programa de asignatura**

Asignatura: Iniciativa empresarial joven I.

Semestre: Cuarto.

Modalidad: Escolar (Presencial)

Clave de la asignatura: 0410401

Clave de la asignatura seriada: n

Duración total en horas:	112	Horas totales docente:	64	Horas totales de estudio independiente:	48	Créditos	7
--------------------------	-----	------------------------	----	---	----	----------	---

**Objetivo de la asignatura:**

Desarrollar el prototipo funcional de un producto innovador, mediante la aplicación de la metodología de desarrollo e innovación, considerando la factibilidad del mercado.

**Contenido temático:**

**I. Detección de necesidades**

1.1 Análisis de tendencias de mercado

1.2 Análisis de necesidades personales, locales, regionales, nacionales y globales

1.3 Análisis de capacidades individuales y grupales

**II. Generación de propuestas de ideas**

2.1 Evaluación cualitativa de las ideas. Ventajas y desventajas de desarrollo

2.2 Aplicación de la matriz de ponderación, análisis de las variables

2.3 Selección de la mejor idea

**III. Detección de necesidades**

3.1 Análisis de tendencias de mercado

3.2 Análisis de necesidades personales, locales, regionales, nacionales y globales

3.3 Análisis de capacidades individuales y grupales

**IV. Generación de propuestas de ideas**

4.1 Evaluación cualitativa de las ideas. Ventajas y desventajas de desarrollo

4.2 Aplicación de la matriz de ponderación, análisis de las variables

4.3 Selección de la mejor idea

**V. Innovación**

5.1 La innovación como proceso (capacidad de innovación en la empresa, en procesos de productos o administrativos)

5.2 La innovación como actividad (investigación y desarrollo + nuevas propuestas de producto)

**VI. Acciones de empresa que generan innovación**

6.1 Oculta (del día a día)

6.2 Puntual (como respuesta a la demanda)

6.3 Continua (como respuesta a la competencia o mercado)

6.4 De gestión (como estrategia)

**VII. Técnicas para el desarrollo de productos**

7.1 Despliegue de la función de la calidad (QFD)

7.2 Teoría de la resolución de los problemas inventivos (TRIZ)

**VIII. Creatividad y desarrollo del producto**

8.1 Definir ideas creativas de un producto, sus ventajas y desventajas

8.2 Evaluación cualitativa del listado de ideas

8.3 Evaluación cuantitativa de las ideas

8.4 Factibilidad de la idea

8.5 De mercado

8.6 Técnica.

**IX. Mercado**

9.1 Mercado real

9.2 Mercado potencial

9.3 Mercado meta

9.4 Estrategias de segmentación de mercado

9.5 Análisis de competencia

9.6 Competencia directa

9.7 Competencia indirecta

**X. Estudio de mercado**

10.1 Elaboración de instrumento

10.2 Validación

10.3 Estrategias de aplicación de instrumento

10.4 Análisis y presentación de resultados

**XI. Definición del Proceso de Producción**

11.1 Diagrama de Operaciones del Proceso

11.2 Diagrama de Flujo del Proceso

11.3 Lista de Materiales

11.4 Lista de Herramientas y equipos

11.5 Lista de requerimientos de mano de obra

11.6 Diseño del plano fabril

**XII. Condiciones de Calidad del producto**

12.1 Matriz de verificación

12.2 Control de Calidad

12.3 Aseguramiento de Calidad

**XIII. Definición preliminar del concepto del prototipo**

13.1 Descripción de características

13.2 Protocolo del concepto (planos, bocetos)

**XIV. Análisis de brechas**

14.1 Implicaciones de la construcción de un prototipo

14.2 Limitantes técnicas y tecnológicas

- 14.3 Redefinición del concepto
- XV. Construcción del prototipo**
- 15.1 Elaboración física
  - 15.2 Elaboración del manual de construcción
  - 15.3 Tipos de empaque según mercado
- XVI. Determinar la protección legal adecuada**
- 16.1 Propiedad intelectual
  - 16.2 Propiedad industrial

**Criterios de evaluación:**

1) Evaluaciones parciales	40%
2) Tareas y participación	30%
3) Evaluación final	30%
	100%

**Estrategias de enseñanza:**

Con docente:

- Clase expositiva y demostrativa
- Exposición de investigaciones y experiencias
- Dinámicas grupales

De estudio independiente:

- Realizar investigaciones
- Análisis de casos, ensayos
- Lecturas recomendadas

**Instalaciones y equipo especial:**

- Aula.

**Recursos y tecnologías de la información:**

- Cañón.
- Internet.

**Perfil Idóneo del docente:**

- a. Nivel Educativo: Licenciatura
- b. Área de conocimiento: Ciencias Sociales, Administración y Derecho.
- c. Campo laboral y profesional: 1 año en el sector industrial, empresarial o de servicios.
- d. Experiencia docente: 2 años en Licenciatura.

**Orientaciones bibliográficas:**

- Gómez, A. y Gómez, D. (2019). *Emprender... una forma de vida.* México: Ed. PACJ.
- Gómez, M. (2019). *La mentalidad emprendedora: el emprendimiento visto desde el sujeto y el proceso de emprender.* Colombia: Ediciones de la U.
- Gómez, J. y Rodríguez, M. (2020). *Manual práctico de planeación estratégica.* México: Ed. Díaz de santos.
- Mancillas, E. (2017). Introducción a los Negocios. México: Ed. Trillas.
- Robbins, S. (2017). Fundamentos de Administración. México: Ed. Pearson



**UNIVERSIDAD  
MODELO  
VALLADOLID**

**Plan de Estudios:  
Licenciatura en Gestión de Negocios  
Programa de asignatura**

Asignatura: Gestión del modelo de servicio.

Semestre: Cuarto.

Modalidad: Escolar (Presencial)

Clave de la asignatura: 0410402

Clave de la asignatura seriada: n

Duración total en horas:	112	Horas totales docente:	64	Horas totales de estudio independiente:	48	Créditos	7
--------------------------	-----	------------------------	----	---	----	----------	---

**Objetivo de la asignatura:**

Identificar los factores relevantes del servicio como su sistema de generación y prestación, que inciden en el desempeño de un sistema de servicios y gestionarlos de manera eficiente y eficaz.

**Contenido temático:**

- I. Vivimos en una economía y sociedad de servicios.**
  - 1.1 Los servicios en la economía moderna
  - 1.2 Los servicios en la base de la pirámide
  - 1.3 El ambiente cambiante de los servicios
- II. Visión estratégica y liderazgo del negocio de servicios**
  - 2.1 Aspectos distintivos de los servicios
  - 2.2 ¿Cómo difieren los servicios entre sí?
  - 2.3 Visión estratégica del negocio de servicio
  - 2.4 Diseño e implementación de estrategias de servicio
- III. Tres imperativos de la administración de servicios Participación del cliente en los procesos de servicios**
  - 3.1 El servicio como un proceso
  - 3.2 Los clientes y la operación de servicio
  - 3.3 El servicio como un sistema
- IV. Comportamiento del cliente en encuentros de servicio**
  - 4.1 La naturaleza del consumo de servicio
  - 4.2 Comprensión de las expectativas del cliente
  - 4.3 El proceso de compra del servicio
  - 4.4 Cómo evalúan los clientes el desempeño del servicio
- V. Cómo elegir clientes, administrar las relaciones y general lealtad**
  - 5.1 Cómo elegir los clientes correctos

- 5.2 Estrategias de segmentación
- 5.3 La búsqueda de la lealtad de los clientes
- VI. Posicionamiento de un servicio en el mercado**
  - 6.1 El posicionamiento como estrategia competitiva
  - 6.2 Pasos para desarrollar una estrategia de posicionamiento
  - 6.3 Cómo crear mapas de posicionamiento
- VII. Estrategias de precio para servicios**
  - 7.1 Valor del servicio percibido por el cliente
  - 7.2 Fundamentos de la estrategia de precios
  - 7.3 Temas éticos de los precios
- VIII. Comunicación y promoción de servicios**
  - 8.1 El rol de las comunicaciones
  - 8.2 Establecer objetivos de la comunicación
  - 8.3 La mezcla de las comunicaciones
- IX. Diseño de los sistemas de entrega del servicio**
  - 9.1 Estrategia de entrega de los servicios
  - 9.2 Selección del tipo de contacto
  - 9.3 Distintas formas de prestación del servicio
- X. Administración de la demanda y capacidad en empresas de servicio**
  - 10.1 Las oscilaciones de la demanda
  - 10.2 Estrategias para administrar la demanda
- XI. Innovación y tecnología en empresas de servicio**
  - 11.1 innovación en los servicios
  - 11.2 Aplicación de la tecnología a los servicios
- XII. Incremento en el valor de los servicios mejorando su calidad y productividad**
  - 12.1 Definición y medición
  - 12.2 Integrar las estrategias de calidad con la productividad
  - 12.3 Identificar y corregir las deficiencias
- XIII. Administración de quejas y recuperación del servicio**
  - 13.1 Comportamiento de queja del cliente
  - 13.2 Impacto en la lealtad
  - 13.3 Garantías de servicio

<b>Criterios de evaluación:</b>
---------------------------------

1) Evaluaciones parciales	40%
2) Tareas y participación	30%
3) Evaluación final	30%
	100%

### **Estrategias de enseñanza:**

Con docente:

- Clase expositiva y demostrativa
- Exposición de investigaciones y experiencias
- Dinámicas grupales

De estudio independiente:

- Realizar investigaciones
- Análisis de casos, ensayos
- Lecturas recomendadas

### **Instalaciones y equipo especial:**

- Aula.

### **Recursos y tecnologías de la información:**

- Cañón.
- Internet.

### **Perfil Idóneo del docente:**

- a. Nivel Educativo: Licenciatura en administración, Ingeniero Industrial o carrera a fin.
- b. Área de conocimiento: Ciencias Sociales, Administración y Derecho.
- c. Campo laboral y profesional: 1 año en el sector industrial, empresarial o de servicios.
- d. Experiencia docente: 2 años en Licenciatura.

### **Orientaciones bibliográficas**

- Oviedo, A. (2019). ISO 9001:2015. Requisitos, orientación y correlación. Sistemas de gestión de calidad ISO 9001:2015. México: Ed. Educa digital.
- Mateos, M. (2019) Atención al cliente y calidad en el servicio, España: Ed. IC
- Gómez, M. (2019). La mentalidad emprendedora: el emprendimiento visto desde el sujeto y el proceso de emprender. Colombia: Ediciones de la U.
- Kotler, P., Kartajaya, H., Setiawan, I (2018). Marketing 4.0: transforma tu estrategia para atraer al consumidor digital. México: Ed. Lid Editorial Mexicana S.A. de C.V.
- Schnarch, A. (2019). Marketing para emprender. Colombia: Ed. De la U



**UNIVERSIDAD  
MODELO  
VALLADOLID**

**Plan de Estudios:  
Licenciatura en Gestión de Negocios  
Programa de asignatura**

Asignatura: Administración de la calidad.

Semestre: Cuarto

Modalidad: Escolar (Presencial)

Clave de la asignatura: 0410403

Clave de la asignatura seriada: n

Duración total en horas:	112	Horas totales docente:	64	Horas totales de estudio independiente:	48	Créditos:	7
--------------------------	-----	------------------------	----	---	----	-----------	---

**Objetivo de la asignatura:**

Comprender el concepto y los diferentes enfoques que existen acerca de la calidad y como forma parte integral de la administración moderna.

**Contenido temático:**

**I. Evolución de la Calidad**

- 1.1 Desarrollo histórico de la manifestación de la calidad
- 2.1 Etapas
- 3.1 La revolución de la calidad en Japón
- 4.1 La calidad en México
- 5.1 Conceptos básicos
- 6.1 Definición

**II. Aportaciones de los Grandes Maestros de la Calidad (Gurus)**

- 1.1 Edwards Deming
- 2.1 Joseph M. Juran
- 3.1 Phillip B. Crosby
- 4.1 Kaoru Ishikawa

**III. Herramientas Básicas de Calidad**

- 1.1 Análisis de causa-efecto
- 2.1 Hoja de verificación
- 3.1 Gráfico de control
- 4.1 Diagrama de flujo
- 5.1 histograma
- 6.1 Análisis de Pareto
- 7.1 Diagrama de correlación

**IV. Herramientas Administrativas de Calidad**

- 1.1 Diagrama de afinidad

2.1 Diagrama de relaciones

3.1 Diagrama de árbol

4.1 Diagrama matricial

**V. Análisis de problema.**

1.1 Identificación del problema

2.1 Proceso de análisis del problema

**VI. Métodos para solucionar problemas.**

1.1 Círculo Deming

2.1 Planear, Ejecutar, Evaluar o Verificar, Actuar

3.1 Cinco eses (5's)

**VII. Diseño de sistemas de calidad**

1.1 Ventajas de la normalización

**VIII. Normas ISO 9000**

1.1 Antecedentes de las normas ISO 9000

2.1 Series ISO 9000

3.1 Estándares a implementar

4.1 ISO 9001

5.1 ISO 9002

6.1 ISO 9003

7.1 ISO 14000

8.1 ISO 17025

9.1 Que es la certificación

10.1 Beneficios de la certificación de ISO

**IX. Premios nacionales y regionales de calidad**

1.1 Premio nacional de calidad

2.1 Premio Malcolm Baldrige

3.1 Premio Yucateco de la calidad

**Criterios de evaluación:**

1) Evaluaciones parciales	40%
2) Tareas y participación	30%
3) Evaluación final	30%
	100%

**Estrategias de enseñanza:**

Con docente:

- Clase expositiva y demostrativa
- Exposición de investigaciones y experiencias
- Dinámicas grupales

De estudio independiente:

- Realizar investigaciones
- Análisis de casos, ensayos
- Lecturas recomendadas

**Instalaciones y equipo especial:**

- Aula
- Proyector

**Recursos y tecnologías de la información:**

- Cañón.
- Internet.

**Perfil Idóneo del docente:**

- a. Nivel Educativo: Ingeniería
- b. Área de conocimiento: Ingeniería, Ciencias exactas y TIC
- c. Campo laboral y profesional: Administración del capital humano, Tecnologías de la Información mínimo 1 año.
- d. Experiencia docente: 2 años a nivel Licenciatura.

**Orientaciones bibliográficas:**

- Oviedo, A. (2019). ISO 9001:2015. Requisitos, orientación y correlación. Sistemas de gestión de calidad ISO 9001:2015. México: Ed. Educa digital.
- Lizarzaburu, E., Chávez, M., Barriga, G., Castro, G. (2018) Gestión de operaciones y calidad. Perú: Ed. Pearson.
- Platas, J. y Cervantes, M. (2017) Gestión integral de la calidad: Un enfoque por competencias. México: Ed. Patria.
- Bohon, L., Ramos, R. (2017). Estadística para la Administración y Economía. 7<sup>a</sup> edición. México: Ed. Pearson.
- Raufflet, E., Portales, L. y García, C. (2017). Responsabilidad, ética y sostenibilidad empresarial. México: Ed. Pearson.



**UNIVERSIDAD  
MODELO  
VALLADOLID**

**Plan de Estudios:  
Licenciatura en Gestión de Negocios  
Programa de asignatura**

Asignatura: Investigación de mercado cualitativa.

Semestre: Cuarto.

Modalidad: Escolar (Presencial)

Clave de la asignatura: 0410404

Clave de la asignatura seriada: n

Duración total en horas:	160	Horas totales docente:	96	Horas totales de estudio independiente:	64	Créditos	10
--------------------------	-----	------------------------	----	---	----	----------	----

**Objetivo de la asignatura:**

Comprender la utilidad de la investigación de mercados en la toma de decisiones dentro de una empresa y realizar un estudio de mercado experimental cualitativo en una organización local.

**Contenido temático:**

- I. Orígenes de la investigación cualitativa**  
1.1 El paradigma de la investigación cualitativa
- II. Indicadores de uso y herramientas de medición para la investigación cualitativa**  
2.1 La validez  
2.2 La confiabilidad  
2.3 El muestreo
- III. Situación actual de la investigación cualitativa**  
3.1 Percepción del sector laboral, político y social  
3.2 Nuevos retos con el uso de la tecnología
- IV. Bases teóricas de la investigación cualitativa**  
4.1 Objetivos y aplicación de un marco teórico  
4.2 Marcos constructivistas  
4.3 Marcos referenciales interpretativos
- V. Corrientes de análisis fundamental para la investigación cualitativa**  
5.1 Interaccionismo simbólico  
5.2 Interaccionismo interpretativo  
5.3 Etnometodología  
5.4 Análisis conversacional  
5.5 Etnografía
- VI. Métodos básicos para la obtención de datos**

- 6.1 Observación y auto-observación
- 6.2 Entrevista de profundidad

**VII. Otros métodos para la obtención de datos**

- 7.1 Fotobiografía
- 7.2 Investigación endógena
- 7.3 Análisis Narrativo
- 7.4 Redes semánticas
- 7.5 Grupo Focal

**VIII. El informe de la investigación cualitativa (conceptos de contenido)**

- 8.1 Objetivos de la investigación cualitativa,
- 8.2 Clasificación de los procedimientos de investigación cualitativa
- 8.3 Metodología y Desarrollo de la investigación
- 8.4 Análisis de resultados y propuestas

**IX. Proyecto de investigación de mercado. Grupo focal**

- 9.1 Determinar el número de grupos.
- 9.2 Determinar el número de integrantes.
- 9.3 Selección de los participantes.
- 9.4 Guía del moderador
- 9.5 Límites de duración

**X. Aplicación del Grupo Focal**

- 10.1 Organización
- 10.2 Registro, lugar de reunión, materiales y obsequios.
- 10.3 Conducción
- 10.4 Inicio, bienvenida, encuadre técnico, despedida, habilidades durante la conversación,
- 10.5 Analistas “tras bambalinas”
- 10.6 Grabación, observación y toma de notas, contrastación de percepciones.
- 10.7 Análisis
- 10.8 Reporte

**Criterios de evaluación:**

1) Evaluaciones parciales	40%
2) Tareas y participación	30%
3) Evaluación final	30%
	100%

### **Estrategias de enseñanza:**

Con docente:

- Clase expositiva y demostrativa
- Exposición de investigaciones y experiencias
- Dinámicas grupales

De estudio independiente:

- Realizar investigaciones
- Análisis de casos, ensayos
- Lecturas recomendadas

### **Instalaciones y equipo especial:**

- Aula.

### **Recursos y tecnologías de la información:**

- Cañón.
- Internet.

### **Perfil Idóneo del docente:**

- a. Nivel Educativo: Licenciatura en administración y/o Mercadotecnia o carrera a fin.
- b. Área de conocimiento: Ciencias Sociales, Administración y Derecho.
- c. Campo laboral y profesional: 1 año en el sector industrial, empresarial o de servicios.
- d. Experiencia docente: 2 años en Licenciatura.

### **Orientaciones bibliográficas:**

- Dos Santos, M. A. (2017). Investigación de mercados: manual universitario. Ediciones Díaz de Santos. <https://elibro.net/es/ereader/bookstoremexico>
- Naresh, M. (2020). Investigación de Mercados. México: Pearson.
- Baena, P. (2017). Metodología de la investigación. México. Ed. Patria.
- Hernández, A. (2018). Metodología de la investigación científica. España. Ed. Ciencias y Letras.
- Hernández, R. (2018). Metodología de la investigación: las rutas cuantitativa, cualitativa y mixta. México: Mc Graw Hill.



Plan de Estudios:  
Licenciatura en Gestión de Negocios  
**Programa de asignatura**

Asignatura: Investigación de operaciones.

Semestre: Cuarto.

Modalidad: Escolar (Presencial)

Clave de la asignatura: 0410405

Clave de la asignatura seriada: n

Duración total en horas:	112	Horas totales docente:	64	Horas totales de estudio independiente:	48	Créditos	7
--------------------------	-----	------------------------	----	---	----	----------	---

**Objetivo de la asignatura:**

Identificar las aplicaciones potenciales de la investigación de operaciones, formulando y aplicando modelos matemáticos a situaciones reales e identificando las posibilidades de cambios en sus sistemas productivos en base a análisis de sensibilidad.

**Contenido temático:**

- I. Introducción al análisis Cuantitativo**
  - 1.1 Desarrollo de un modelo cuantitativo
  - 2.1 Fases del proceso de toma de decisión
- II. Criterios del análisis de decisión**
  - 1.1 Bajo certidumbre
  - 2.1 Matriz de decisión, criterios ponderados
  - 3.1 Bajo Incertidumbre
  - 4.1 Matriz de decisión, políticas maximax, maximin, Laplace, Hurwicz y Arrepentimiento
  - 5.1 Árbol de decisión
- III. Gráficas de uso para los modelos de Regresión**
  - 1.1 Diagramas de Dispersión, uso y gráfica
  - 2.1 Medidas de tendencia central
- IV. Análisis de regresión lineal simple**
  - 1.1 Conceptos de regresión, variable dependiente e independiente
  - 2.1 Aplicación de fórmulas de regresión
  - 3.1 Interpretación de resultados
- V. Análisis de regresión múltiple**
  - 1.1 Conceptos de regresión múltiple
  - 2.1 Aplicación de fórmulas

- 3.1 Interpretación de resultados
- VI. Series de Tiempo**
  - 1.1 Promedios móviles (simple y ponderado)
  - 2.1 Suavizamiento Exponencial
- VII. Proyecciones de tendencias**
  - 1.1 Promedio Central
  - 2.1 Variaciones estacionales
  - 3.1 Variaciones cíclicas
- VIII. Modelo de lote económico**
  - 1.1 Conceptos básicos e importancia de su uso
  - 2.1 Aplicación en los costos anuales de operación
- IX. Modelo de punto de reorden**
  - 1.1 Conceptos básicos e importancia de su uso
  - 2.1 Cuándo aplicar un modelo de punto de reorden
- X. Modelo de descuento por cantidad**
  - 1.1 Conceptos básicos
  - 2.1 Metodología de su aplicación
- XI. Otros tipos de control de inventario**
  - 1.1 Análisis ABC
  - 2.1 Demanda dependiente
  - 3.1 Justo a Tiempo
- XII. Formulación de un modelo de Programación Lineal**
  - 1.1 Importancia de la aplicación de los modelos de programación lineal
  - 2.1 Determinación de las variables, restricciones y función objetivo
  - 3.1 Análisis de sensibilidad
- XIII. Métodos de resolución para modelos de programación lineal**
  - 1.1 Algebraico y Gráfico (dos variables)
  - 2.1 Simplex (maximizar y minimizar)
  - 3.1 Uso software para resolución de problemas de programación lineal
- XIV. Modelo de Terminación del proyecto y Ruta Crítica**
  - 1.1 Terminación del proyecto PERT
  - 2.1 Identificar la Ruta Crítica CPM
  - 3.1 Probabilidad de terminación
- XV. Aplicaciones del modelo**
  - 1.1 Costo de compresión de actividades
  - 2.1 Análisis de los costos y porcentaje de avance de actividades
  - 3.1 Evaluación sobre la terminación del proyecto

**Criterios de evaluación:**

1) Evaluaciones parciales	40%
2) Tareas y participación	30%
3) Evaluación final	30%
	100%

### **Estrategias de enseñanza:**

Con docente:

- Clase expositiva y demostrativa
- Exposición de investigaciones y experiencias
- Dinámicas grupales

De estudio independiente:

- Realizar investigaciones
- Análisis de casos, ensayos
- Lecturas recomendadas

### **Instalaciones y equipo especial:**

- Aula.

### **Recursos y tecnologías de la información:**

- Cañón.
- Internet.

### **Perfil Idóneo del docente:**

- a. Nivel Educativo: Licenciatura en administración, Ingeniero Industrial o carrera a fin.
- b. Área de conocimiento: Ingeniería, Ciencias exactas y TIC.
- c. Campo laboral y profesional: 1 año en el sector industrial, empresarial o de servicios.
- d. Experiencia docente: 2 años en Licenciatura.

### **Orientaciones bibliográficas:**

- Arias, D. y Minguela, B. (2018). Dirección de la producción y operaciones: decisiones operativas. España: Ed. Pirámide
- D'Alessio, F. (2018). Administración de las operaciones productivas: conceptos, casos y ejercicios razonados. México: Ed. Pearson.
- Miller, C. (2016). Matemáticas: Razonamiento y Aplicaciones. México: Ed. Trillas.
- Chiavenato, I. (2019). Introducción a la teoría general de la administración: una visión integral de la moderna administración de las organizaciones. México: Mc Graw Hill.
- Casarín, J. (2019). Innovación: una actitud. México: Ed. Porrúa



**Plan de Estudios:**  
**Licenciatura en Gestión de Negocios**  
**Programa de asignatura**

Asignatura: Administración financiera.

Semestre: Cuarto.

Modalidad: Escolar (Presencial)

Clave de la asignatura: 0410406

Clave de la asignatura seriada: n

Duración total en horas:	112	Horas totales docente:	64	Horas totales de estudio independiente:	48	Créditos	7
--------------------------	-----	------------------------	----	---	----	----------	---

**Objetivo de la asignatura:**

Identificar los principales componentes de la administración financiera.

**Contenido temático:**

- I. Finanzas**
  - 1.1 Concepto
  - 1.2 Propósito
  - 1.3 El papel del director financiero, del tesorero y del contralor
- II. Las instituciones financieras y los mercados**
  - 2.1 Concepto de Instituciones financieras
  - 2.2 Concepto de mercados financieros
  - 2.3 Clasificación de mercados financieros
  - 2.4 Mercado de dinero
  - 2.5 Mercado de capitales
  - 2.6 Relación entre las instituciones y los mercados
- III. El informe a los accionistas. Los estados financieros básicos.**
  - 3.1 La carta a los accionistas.
  - 3.2 Estado de resultados.
  - 3.3 Balance general.
  - 3.4 Estado de utilidades retenidas.
  - 3.5 Estado de flujos de efectivo.
  - 3.6 Relaciones entre los cuatro estados
- IV. Métodos de análisis financiero**
  - 4.1 Clasificación de los métodos: horizontales y verticales.
  - 4.2 Porcentajes integrales.
  - 4.3 Razones simples: aumentos y disminuciones.
  - 4.4 Razones financieras.

4.5 Liquidez.

4.6 Actividad.

4.7 Deuda.

4.8 Rentabilidad

4.9 Mercado

**V. Fundamentos de riesgo y rendimiento.**

5.1 Definición de riesgo.

5.2 Definición de rendimiento.

5.3 Aversión al riesgo.

5.4 Riesgo de un activo individual.

5.5 Evaluación del riesgo.

5.6 Medición del riesgo.

5.7 Riesgo de una cartera.

5.8 Modelo de valuación de activos de capital.

5.9 Tipos de riesgo.

5.10 Modelo de valuación de activos de capital (MVAC)

**VI. Obligaciones corporativas**

6.1 Valor a la par

6.2 Tasa de interés de cupón

6.3 Fecha de vencimiento

6.4 Cláusula de reembolso

6.5 Nuevas emisiones versus bonos en circulación

6.6 Aspectos legales de las obligaciones corporativas o bonos

6.7 Costo de las obligaciones

6.8 Características generales de una emisión de obligaciones

6.9 Calificaciones de las obligaciones

6.10 Tipos de obligaciones

6.11 Modelo básico de valuación de bonos

**VII. Acciones preferentes**

7.1 Definición

7.2 Derechos básicos de los accionistas preferentes

7.3 Características de las acciones preferentes

7.4 Tipos especiales de acciones preferentes

7.5 Valuación de acciones preferentes

**VIII. Acciones comunes**

8.1 Definición

8.2 Propiedad

8.3 Valor nominal

8.4 Derechos preferentes de compra

8.5 Acciones autorizadas, en circulación y emitidas

8.6 Derechos de votación

**IX. Dividen Dividendos**

9.1 Concepto

9.2 Dividendos en acciones

**X. Política de dividendos**

10.1 Tipo de pagos de dividendos

10.2 Procedimientos de pago dos

#### **Criterios de evaluación:**

1) Evaluaciones parciales	40%
2) Tareas y participación	30%
3) Evaluación final	30%
	100%

#### **Estrategias de enseñanza:**

Con docente:

- Clase expositiva y demostrativa
- Exposición de investigaciones y experiencias
- Dinámicas grupales

De estudio independiente:

- Realizar investigaciones
- Análisis de casos, ensayos
- Lecturas recomendadas

#### **Instalaciones y equipo especial:**

- Aula.

#### **Recursos y tecnologías de la información**

- Cañón.
- Internet.

#### **Perfil Idóneo del docente**

- a. Nivel Educativo: Contador Público.
- b. Área de conocimiento: Ciencias Sociales, Administración y Derecho.
- c. Campo laboral y profesional: 1 año en el sector industrial, empresarial o de servicios.
- d. Experiencia docente: 2 años en Licenciatura.

#### **Orientaciones bibliográficas**

- Aguilar, H. (2017). Prácticas de contabilidad. México: Ed. Patria.
- Ponce, O., Morejón, M., Salazar, G. y Baque, E. (2019). Introducción a las finanzas. México. 3 ciencias.
- Larson, R. (2016). Cálculo y Geometría Analítica. México: Ed. Mc Graw Hill.
- Weber, J. (2017). Matemáticas para Administración y Economía. México: Ed. Prentice Hall.
- Silva, M. (2018) Fundamentos de Matemáticas. México. Ed. Limusa.



**Plan de Estudios:**  
**Licenciatura en Gestión de Negocios**  
**Programa de asignatura**

Asignatura: Matemáticas financieras.

Semestre: Cuarto.

Modalidad: Escolar (Presencial)

Clave de la asignatura: 0410407

Clave de la asignatura seriada: n

Duración total en horas:	112	Horas totales docente:	64	Horas totales de estudio independiente:	48	Créditos	7
--------------------------	-----	------------------------	----	---	----	----------	---

**Objetivo de la asignatura:**

Comprender el valor del dinero a través del tiempo, combinando el capital, la tasa y el tiempo para obtener un rendimiento o interés a través de métodos de evaluación, que permitan tomar decisiones de inversión en la organización.

**Contenido temático:**

**I. Introducción a las Matemáticas Financieras**

- 1.1 Objetivo y uso de las matemáticas financieras
- 1.2 Concepto de valor de dinero en el tiempo

**II. Interés Simple**

- 2.1 Cálculo del interés simple
- 2.2 Cálculo del monto simple
- 2.3 Cálculo del capital
- 2.4 Interés simple exacto e interés simple aproximado
- 2.5 Cálculo exacto y cálculo aproximado del tiempo
- 2.6 Cálculo del tiempo
- 2.7 Cálculo de la tasa de interés
- 2.8 Pagaré como generador de interés simple utilizado en la contabilidad

**III. Descuento**

- 3.1 Descuento real o justo
- 3.2 Descuento comercial

**IV. Interés compuesto**

- 4.1 Cálculo del interés compuesto
- 4.2 Cálculo del monto compuesto
- 4.3 Cálculo del valor presente
- 4.4 Cálculo del tiempo en interés compuesto
- 4.5 Cálculo de la tasa de interés en interés compuesto

**V. Tasas equivalentes**

- 5.1 De nominal a efectiva
- 5.2 De efectiva a nominal
- 5.3 De nominal a nominal
- 5.4 De efectiva a efectiva

**VI. El efecto compuesto de la inflación**

- 6.1 Cálculo del valor de un bien en el tiempo a partir de una tasa de inflación fija
- 6.2 Cálculo de la tasa de inflación acumulada en un intervalo de tiempo cuando la tasa de inflación parcial se conoce y es constante
- 6.3 Cálculo de la tasa de inflación acumulada en un intervalo de tiempo cuando la tasa de inflación parcial se conoce y no es constante

**VII. Introducción al estudio de las anualidades**

- 7.1 Concepto de anualidad
- 7.2 Elementos de una anualidad
- 7.3 Clasificación de las anualidades

**VIII. Anualidades simples, ciertas, vencidas e inmediatas**

- 8.1 Cálculo del monto
- 8.2 Cálculo del valor presente
- 8.3 Cálculo de la renta de una anualidad
- 8.4 Cálculo del plazo
- 8.5 Cálculo de la tasa de interés

**IX. Otros tipos de Anualidades**

- 9.1 Anualidades diferidas
- 9.2 Anualidades anticipadas

**X. Amortización**

- 10.1 Concepto de amortización.
- 10.2 Cálculo del pago periódico de una amortización.
- 10.3 Elaboración de la tabla de amortización de un crédito.

**XI. Cálculo del saldo insoluto de una deuda**

- 10.4 Utilizando el concepto de anualidades sin consulta de tabla
- 10.5 Aplicación del cálculo en casos prácticos

**Criterios de evaluación:**

1) Evaluaciones parciales	40%
2) Tareas y participación	30%
3) Evaluación final	30%
	100%

### **Estrategias de enseñanza:**

Con docente:

- Clase expositiva y demostrativa
- Exposición de investigaciones y experiencias
- Dinámicas grupales

De estudio independiente:

- Realizar investigaciones
- Análisis de casos, ensayos
- Lecturas recomendadas

### **Instalaciones y equipo especial:**

- Aula.

### **Recursos y tecnologías de la información:**

- Cañón.
- Internet.

### **Perfil Idóneo del docente:**

- a. Nivel Educativo: Licenciado en Matemáticas, Ingeniero Industrial, Licenciado en Administración
- b. Área de conocimiento: Ingeniería, Ciencias exactas y TIC.
- c. Campo laboral y profesional: 1 año en el sector industrial, empresarial o de servicios.
- d. Experiencia docente: 2 años en Licenciatura.

### **Orientaciones bibliográficas**

- Bedoya, H. (2019), Matemáticas Financieras: aplicaciones en Excel. México: Ed. ECOE.
- Gutiérrez, M. (2020), Matemáticas Financieras. México. Instituto Mexicano de Contadores Públicos.
- De Miguel, J. y De Miguel, A. (2020). Matemáticas financieras: problemas resueltos. España: Ed. Tébar Flores.
- Weber, J. (2017). Matemáticas para Administración y Economía. México: Ed. Prentice Hall.
- Silva, M. (2018) Fundamentos de Matemáticas. México. Ed. Limusa.



**UNIVERSIDAD  
MODELO  
VALLADOLID**

**Plan de Estudios:  
Licenciatura en Gestión de Negocios  
Programa de asignatura**

Asignatura: Educación para la vida IV

Semestre: Cuarto

Modalidad: Escolar (Presencial)

Clave de la asignatura: 0410408

Clave de la asignatura seriada: n

Duración total en horas:	16	Horas totales docente:	16	Horas totales de estudio independiente:	0	Créditos	1
--------------------------	----	------------------------	----	---	---	----------	---

**Objetivo de la asignatura:**

Conocer las diversas estrategias y recursos disponibles para la optimización del bienestar integral del individuo.

**Contenido temático:**

- I. Mejorando hábitos: alimentación saludable.**
  - 1.1. Hábitos saludables.
  - 1.2. Lectura de etiquetas.
  - 1.3. Porciones de alimentos.
  - 1.4. Recetas saludables.
- II. Manejo del estrés.**
  - 2.1. Conceptualización.
  - 2.2. Tipos de estrés.
  - 2.3. Manifestaciones y áreas de impacto.
  - 2.4. Identificación de síntomas.
  - 2.5. Herramientas anti estrés.
- III. Relaciones de pareja.**
  - 3.1. Nuevas relaciones.
  - 3.2. Afectos y derechos.
  - 3.3. Formas de relacionarme.
  - 3.4. Relaciones de pareja saludables.
  - 3.5. Habilidades a desarrollar.

### **Criterios de evaluación:**

1) Asistencia	40%
2) Infografía	30%
3) Evaluación de retroalimentación	30%
	100%

- Por reglamento se evaluará la materia como: aprobado o no aprobado.

### **Estrategias de enseñanza:**

Con docente:

- Clase expositiva y demostrativa
- Exposición de investigaciones y experiencias
- Dinámicas grupales

### **Instalaciones y equipo especial:**

- Aula.

### **Recursos y tecnologías de la información:**

- Cañón.
- Computadora.
- Internet.
- Sistemas de almacenamiento en la nube.

### **Perfil Idóneo del docente:**

- a. Nivel Educativo: Licenciatura.
- b. Área de conocimiento: Ciencias sociales, Administración y Derecho.
- c. Campo laboral y profesional: 2 años en el sector empresarial o de servicios.
- d. Experiencia docente: 2 años en licenciatura.

### **Orientaciones bibliográficas:**

- Bertsch, J. y Le Scanff, C. (2021). Estrés y rendimiento. Editorial INDE
- Camacho, E. y Vega, C. (Ed.). (2016). Autocuidado de la salud. ITESO - Instituto Tecnológico y de Estudios Superiores de Occidente.
- Duch, I. (2004). Ideario Pedagógico de la Universidad Modelo. México: Universidad Modelo.
- Évora, I. y Lantero, M. (2020). Alimentación y salud. Editorial Universitaria.
- Mallor, P. y Villegas, M. (2017). Parejas a la carta: las relaciones amorosas en la sociedad postmoderna. Herder Editorial
- NAEMT. (2020). PHTLS: Soporte vital de trauma prehospitalario. Intersistemas.
- Villegas, M. (2020). La mente emocional. Herder Editorial.



**Plan de Estudios:**  
**Licenciatura en Gestión de Negocios**  
**Programa de asignatura**

**UNIVERSIDAD  
MODELO  
VALLADOLID**

Asignatura: Iniciativa empresarial joven II.

Semestre: Quinto.

Modalidad: Escolar (Presencial)

Clave de la asignatura 0410501

Clave de la asignatura seriada: n

Duración total en horas:	112	Horas totales docente:	64	Horas totales de estudio independiente:	48	Créditos	7
--------------------------	-----	------------------------	----	---	----	----------	---

**Objetivo de la asignatura:**

Elaborar el plan de negocios a través de un proyecto integrador y representando de forma gráfica la calendarización de las actividades para cubrir las acciones necesarias para iniciar el proyecto.

**Contenido temático:**

**I. Identificación de una Oportunidad de Negocios**

- 1.1 Generación de ideas de Negocio.
- 2.1 Modelo de Negocio.
- 3.1 Selección de la idea de negocio
- 4.1 Análisis de viabilidad de la idea de negocio.

**II. Constituir la Empresa**

- 2.1 Elaborar el acta constitutiva
- 2.2 Elaborar el organigrama
- 2.3 Asignación de puestos
- 2.4 Elaborar el manual de organización
- 2.5 Elaborar el reglamento interior de trabajo
- 2.6 Elaborar el manual de seguridad e higiene en el trabajo

**III. Factibilidad Técnica**

- 3.1 Listado de materias primas y materiales de empaque necesarios
- 3.2 Listado de maquinaria y equipo requerido
- 3.3 Listado de proveedores
- 3.4 Diagnóstico de habilidades y conocimientos requeridos
- 3.5 Elaboración del prototipo
- 3.6 Elaboración del diagrama de proceso
- 3.7 Distribución de maquinaria y servicios requeridos
- 3.8 Definir estándares de tiempo

- 3.9 Determinar la capacidad de producción
- 3.10 Determinar el costo de producción
- 3.11 Elaborar el presupuesto de producción

**IV. Factibilidad de Mercado**

- 4.1 Estudio de mercado
- 4.2 Resultados y conclusiones del estudio
- 4.3 Plan de venta y publicidad
- 4.4 Nombre, lema y logo de la empresa
- 4.5 Elaborar presupuesto de ventas

**V. Factibilidad Financiera**

- 5.1 Capitalización de la empresa
- 5.2 Crowdfunding
- 5.3 Cloud computing
- 5.4 Elaborar el punto de equilibrio
- 5.5 Elaborar el presupuesto de ingresos, gasto y utilidades
- 5.6 Elaborar el flujo de efectivo
- 5.7 Elaborar el balance inicial

**VI. Producción**

- 6.1 Suministro de materias primas y materiales
- 6.2 Producción
- 6.3 Control de calidad y cantidad
- 6.4 Manejo de personal
- 6.5 Reporte de producción real vs. presupuesto

**VII. Ventas y Mercadotecnia**

- 7.1 Ejecución del plan de ventas
- 7.2 Ejecución del plan de publicidad
- 7.3 Control de comisiones por venta
- 7.4 Reporte de ventas reales vs. presupuesto

**VIII. Contabilidad y Finanzas**

- 8.1 Iniciar los asientos contables requeridos
- 8.2 Elaborar el estado de pérdidas y ganancias
- 8.3 Elaborar el balance correspondiente
- 8.4 Elaborar el reporte de utilidades reales vs. Presupuesto
- 8.5 Determinar indicadores financieros
- 8.6 Pagar la nómina

**IX. Personal**

- 9.1 Controlar asistencias en reuniones administrativas, de producción y de ventas
- 9.2 Elaborar la nómina
- 9.3 Elaborar minutos de reuniones administrativas y operativas

**X. Liquidación**

- 10.1 Reparto de utilidades
- 10.2 Carta de agradecimiento a los accionistas
- 10.3 Donación de impuestos
- 10.4 Acta de cierre de la empresa

**XI. Canas y Pitch**

- 11.1 Conceptualización

## 11.2 Desarrollo

### **Criterios de evaluación:**

1) Evaluaciones parciales	40%
2) Tareas y participación	30%
3) Evaluación final	30%
	100%

### **Estrategias de enseñanza:**

Con docente:

- Clase expositiva y demostrativa
- Exposición de investigaciones y experiencias
- Dinámicas grupales

De estudio independiente:

- Realizar investigaciones
- Análisis de casos, ensayos
- Lecturas recomendadas

### **Instalaciones y equipo especial:**

- Aula.

### **Recursos y tecnologías de la información:**

- Cañón.
- Internet.

### **Perfil Idóneo del docente:**

- a. Nivel Educativo: Licenciatura
- b. Área de conocimiento: Ciencias Sociales, Administración y Derecho.
- c. Campo laboral y profesional: 1 año en el sector industrial, empresarial o de servicios.
- d. Experiencia docente: 2 años en Licenciatura.

### **Orientaciones bibliográficas:**

- Rafael E. Alcaráz, (2017) El emprendedor de éxito, Guía de planes de negocios. Sexta Edición, México. Mc Graw Hill.
- Oscar H. Pedraza (2017) Modelo del plan de negocios para la micro y pequeña empresa. 1ra edición. Grupo Editorial Patria
- Alfredo C. Luna. (2017) Plan estratégico de negocios. 1ra Edición. Grupo Editorial Patria

- Harvard Business School Publishing Corporation (2021) Como crear un plan de negocio. España. Ed. Reverté.
- Palacios, U. y Julieth, V. (2019) Manual del emprendedor: la caja de herramientas para crear tu modelo y plan de negocios. Colombia. Ed. Uniagustiniana.



Plan de Estudios:  
Licenciatura en Gestión de Negocios  
**Programa de asignatura**

Asignatura: Optativa I: Fundamentos de auditoría.

Semestre: Quinto

Modalidad: Escolar (Presencial)

Clave de la asignatura: 0410502-1

Clave de la asignatura seriada: n

Duración total en horas:	112	Horas totales docente:	64	Horas totales de estudio independiente:	48	Créditos:	7
--------------------------	-----	------------------------	----	---	----	-----------	---

**Objetivo de la asignatura:**

Conocer el objetivo de la auditoria, los procedimientos y técnicas aplicables en la función de auditoría, así como las normas que rigen al auditor y al trabajo que realiza.

**Contenido temático:**

**I. Definición de auditoría**

- 1.1. Objetivo.
- 1.2. Finalidad de la función de auditoría

**II. Clasificación de los tipos de auditoría**

- 2.1. Auditoría interna
- 2.2. Auditoría externa
- 2.3. Pública o gubernamental
- 2.4. De sistemas

**III. Presentación del trabajo final de la auditoría**

- 3.1. El dictamen como resultado del trabajo de auditoría externa
- 3.2. Informe al director como resultado de la auditoría interna

**IV. Código de Ética**

- 4.1. Estructura del Código
- 4.2. Disposiciones del Código de Ética relacionadas con la auditoría

**V. Planeación y revisión**

- 5.1. Objetivos específicos de la auditoría
- 5.2. Papeles de trabajo a utilizar
- 5.3. Personal y tiempo de realización de la auditoría

- 5.4. Aplicación de las normas y procedimientos de auditoría
- 5.5. Identificación de los rubros de los estados financieros a revisar y sus respectivos ajustes
- 5.6. Obtención de evidencia suficiente y competente

**VI. Normas de auditoría. Concepto y clasificación**

- 6.1. Normas personales
- 6.2. Normas de ejecución
- 6.3. Normas de información

**VII. Técnicas de Auditoría**

- 7.1. Generalidades
- 7.2. Técnicas de auditoria
- 7.3. Procedimientos de auditoria

**VIII. Procedimientos**

- 8.1. Extensión y alcance de los procedimientos.
- 8.2. Oportunidad de los procedimientos

**IX. Papeles de trabajo**

- 9.1. Propiedad de los papeles de trabajo
- 9.2. Naturaleza confidencial de los papeles de trabajo
- 9.3. Contenido de los papeles de trabajo.
- 9.4. Clases de papeles de trabajo

**X. Cédulas**

- 10.1. Cédulas sumarias
- 10.2. Cédulas analíticas

**XI. Otros documentos**

- 11.1. Archivos que se utilizan en las auditorias
- 11.2. Conservación de los papeles de trabajo

**XII. Modelo de control interno**

- 12.1. Ambiente de control
- 12.2. Evaluación/riesgo
- 12.3. Actividad de control
- 12.4. Información y comunicación

**XIII. Fases de la auditoría**

- 13.1. Fase diagnóstico
- 13.2. Fase de propuesta
- 13.3. Fase de la negociación
- 13.4. Fase control e implementación
- 13.5. Fase evaluación

**XIV. Etapas del proceso de auditoría**

- 14.1. Recorrido antecedente
- 14.2. Planificación auditoría

**XV. Muestreo en auditoria**

- 15.1. Muestreo estadístico
- 15.2. Muestreo de atributos
- 15.3. Muestreo de variables o valores

**XVI. Método de aplicación en muestreo de atributos y variables**

16.1. Selección sistemática

16.2. Selección causal

**XVII. Riesgo e incertidumbre**

17.1. Error tolerable

17.2. Error esperado en el universo

17.3. Análisis de errores en la muestra

**Criterios de evaluación:**

1) Evaluaciones parciales	40%
2) Tareas y participación	30%
3) Evaluación final	30%
	100%

**Estrategias de enseñanza:**

Con docente:

- Clase expositiva y demostrativa
- Exposición de investigaciones y experiencias
- Dinámicas grupales

De estudio independiente:

- Realizar investigaciones
- Análisis de casos, ensayos
- Lecturas recomendadas

**Instalaciones y equipo especial:**

- Aula
- Proyector

**Recursos y tecnologías de la información:**

- Cañón.
- Internet.

**Perfil Idóneo del docente:**

- a. Nivel Educativo: Licenciatura.
- b. Área de conocimiento: Administración, Ciencias Sociales y Derecho.

- c. Campo laboral y profesional: Contabilidad, Auditoria y Finanzas mínimo 1 año.
- d. Experiencia docente: 2 años a nivel Licenciatura.

**Orientaciones bibliográficas:**

- Comisión de normas de auditoría y aseguramiento (2020). Guías de auditoría. México: Ed. Instituto Mexicano de Contadores Públicos.
- Sánchez, J. y Alvarado, M. (2017). Teoría y práctica de la auditoría II: análisis de áreas y casos prácticos (7<sup>a</sup> edición). España: Ed. Pirámide.
- Pintos, A. (2018). Auditoría para no auditores. España. Ed. Seguridad y defensa
- Instituto Mexicano de Contadores Públicos. (2017). Normas de auditoría para atestiguar, revisión y otros servicios relacionados. México. Ed. Instituto Mexicano de Contadores Públicos.
- Instituto Mexicano de Contadores Públicos. (2017). Modelos de informe de auditoría y otras opiniones del auditor. México. Ed. Instituto Mexicano de Contadores Públicos.



**Plan de Estudios:**  
**Licenciatura en Gestión de Negocios**  
**Programa de asignatura**

Asignatura: Optativa I: Fotografía digital

Semestre: Quinto

Modalidad: Escolar (Presencial)

Clave de la asignatura: 0410502-2

Clave de la asignatura seriada: n

Duración total en horas:	112	Horas totales docente:	64	Horas totales de estudio independiente:	48	Créditos:	7
--------------------------	-----	------------------------	----	---	----	-----------	---

**Objetivo de la asignatura:**

Sintetizar mensajes a través de los diferentes géneros fotográficos mediante las características principales de la fotografía profesional en blanco y negro.

**Contenido temático:**

**I. La Fotografía: antecedentes y actualidad.**

- 1.1. Inicios de la fotografía: De Niepce a George Eastman.
- 1.2. La fotografía en la primera mitad del siglo XX.
- 1.3. La fotografía en la segunda mitad del siglo XX.
- 1.4. Fotografía del siglo XXI. De lo analógico a lo digital.

**II. La fotografía en México.**

- 2.1. Inicios de la fotografía en México.
- 2.2. Fotógrafos del siglo XIX.
- 2.3. Fotógrafos del siglo XX.

**III. Mandos de la cámara y estructura de la imagen.**

- 3.1. Diafragma. Uso de la profundidad de campo.
- 3.2. Obturación. Congelar y dar énfasis al movimiento.
- 3.3. Valor de exposición.
- 3.4. Balance de Blancos.
- 3.5. Valor ISO.
- 3.6. Lentes y objetivos.
- 3.7. Filtros y accesorios.

**IV. Estructura de la imagen.**

- 4.1. Líneas.
- 4.2. Formas (Siluetas y Sombras).
- 4.3. Texturas.

- 4.4. Ritmo (Lineal y Repetición).
- V. **El mensaje a través de la imagen.**
- 5.1. Composición fotográfica.
  - 5.2. Iluminación natural.
  - 5.3. La composición como elemento narrativo en la imagen.
- VI. **Estilos fotográficos.**
- 6.1. Géneros fotográficos.
  - 6.2. Estilos fotográficos.
  - 6.3. Diez fotógrafos y estilos influyentes del siglo XX

**Criterios de evaluación:**

1) Evaluaciones parciales	40%
2) Tareas y participación	30%
3) Evaluación final	30%
	100%

**Estrategias de enseñanza:**

Con docente:

- Clase expositiva y demostrativa
- Exposición de investigaciones y experiencias
- Dinámicas grupales

De estudio independiente:

- Realizar investigaciones
- Análisis de casos, ensayos
- Lecturas recomendadas

**Instalaciones y equipo especial:**

- Aula
- Proyector

**Recursos y tecnologías de la información:**

- Internet
- Equipos de cómputo

**Perfil Idóneo del docente:**

- a. Nivel Educativo: Licenciatura
- b. Área de conocimiento: Ciencias Sociales, Administración y Derecho
- c. Campo laboral y profesional: A nivel gerencia o dirección en áreas de diseño, artes o en área relacionada o poseer diploma de especialidad mínimo 1 año.
- d. Experiencia docente: 2 años a nivel Licenciatura.

**Orientaciones bibliográficas:**

- Gale, L. (2017) Manual Básico de Blanco y Negro. México. Editorial de la Escuela Nacional de Artes Plásticas
- Martos, A. (2017) Fotograffía digital. España. Ed. Anaya Multimedia.
- Guasco, I. (2018). El gran libro de la fotografía digital: guía teórica y práctica. México. Ed. Users.
- Freeman, M. (2018). El ojo del fotógrafo. España. Ed. Blume
- Sans, M. (2018). Aprende a fotografiar productos como un profesional. España. Ed. Gustavo Gili.



**UNIVERSIDAD  
MODELO  
VALLADOLID**

**Plan de Estudios:  
Licenciatura en Gestión de Negocios  
Programa de asignatura**

Asignatura: Optativa I: Fundamentos de turismo.

Semestre: Quinto

Modalidad: Escolar (Presencial)

Clave de la asignatura: 0410502-3

Clave de la asignatura seriada: n

Duración total en horas:	112	Horas totales docente:	64	Horas totales de estudio independiente:	48	Créditos:	7
--------------------------	-----	------------------------	----	---	----	-----------	---

**Objetivo de la asignatura:**

Utilizar los conocimientos básicos teóricos en los que se sustenta la actividad turística a nivel nacional e internacional.

**Contenido temático:**

**I. Turismo**

- 1.1. Concepto de Turismo
- 1.2. Concepto de Tiempo libre
- 1.3. Concepto de Recreación
- 1.4. Qué es un Turista
- 1.5. Qué es un Prestador de Servicios Turísticos

**II. Origen del Turismo**

- 2.1. Orígenes históricos
- 2.2. El papel de Thomas Cook en la actividad turística

**III. Turismo fundamentado por diferentes ciencias**

- 3.1. Geografía
- 3.2. Sociología
- 3.3. Antropología
- 3.4. Psicología
- 3.5. Economía
- 3.6. Historia

**IV. El Turismo como Actividad Económico-Administrativa**

- 4.1. Principales empresas turísticas y su estructura
- 4.2. El impacto del Turismo en la Economía de los países, regiones y localidades
- 4.3. Derrama económica

4.4. PIB (producto interno bruto)

4.5. Cuenta Satélite

4.6. El Turismo en México

**V. Turismo Tradicional**

5.1. Turismo de Sol y Playa

5.2. Turismo masivo

5.3. Impactos socio-culturales y económicos del Turismo Tradicional

**VI. Turismo Alternativo**

6.1. Turismo rural

6.2. Turismo de aventura

6.3. Ecoturismo

6.4. Impactos socio-culturales del Turismo Alternativo.

**Criterios de evaluación:**

1) Evaluaciones parciales	40%
2) Tareas y participación	30%
3) Evaluación final	30%
	100%

**Estrategias de enseñanza:**

Con docente:

- Clase expositiva y demostrativa
- Exposición de investigaciones y experiencias
- Dinámicas grupales

De estudio independiente:

- Realizar investigaciones
- Análisis de casos, ensayos
- Lecturas recomendadas

**Instalaciones y equipo especial:**

- Aula
- Proyector

**Recursos y tecnologías de la información:**

- Cañón.
- Internet.

#### **Perfil Idóneo del docente:**

- a. Nivel Educativo: Licenciatura.
- b. Área de conocimiento: Administración, Ciencias Sociales y Derecho.
- c. Campo laboral y profesional: Administración de empresas turísticas mínimo 1 año.
- d. Experiencia docente: 2 años a nivel Licenciatura.

#### **Orientaciones bibliográficas:**

- Vogeler, C. y Hernández, E. (2018). Introducción al turismo: análisis y estructura. España. Ed. Centro de estudios Ramón Areces.
- Feijoó, J. (2020). Fundamentos de turismo: nuevo enfoque en el siglo XXI. Argentina. Ugerman.
- Fernández, M. y Barceló, A. (2021). Nuevos retos del patrimonio cultural: comunicación, educación y turismo. España. Ed. Dykinson S.L.
- Moreno, M. (2020). Marketing turístico: Fundamentos y dirección. España. Ed. Pirámide.
- *secretaría de turismo.* (01 de 01 de 2022). Obtenido de secretaria de turismo: <https://www.gob.mx/sectur>



**Plan de Estudios:**  
**Licenciatura en Gestión de Negocios**  
**Programa de asignatura**

Asignatura: Optativa I: Taller de diseño en internet.

Semestre: Quinto

Modalidad: Escolar (Presencial)

Clave de la asignatura: 0410502-4

Clave de la asignatura seriada: n

Duración total en horas:	112	Horas totales docente:	64	Horas totales de estudio independiente:	48	Créditos:	7
--------------------------	-----	------------------------	----	---	----	-----------	---

**Objetivo de la asignatura:**

Analizar la operatividad del Internet y la world wide web, para crear páginas de Internet a través del lenguaje de programación HTML, que sirvan como una herramienta de comunicación promocional para los negocios.

**Contenido temático:**

**I. Internet.**

- 1.1. Historia de Internet
- 1.2. Estructura de los servicios de Internet.
- 1.3. Protocolos.
- 1.4. Servicios de Internet y su categorización

**II. Comunicación.**

- 2.1. Recuperación de información.
- 2.2. Búsqueda de información.
- 2.3. Interacción en aplicaciones

**III. Historia y crecimiento la word wide web (www)**

- 3.1. Usos y servicios del www.
- 3.2. Conceptos y elementos básicos del www.
- 3.3. Hipertexto.
- 3.4. Hipermedia.
- 3.5. Hiperenlace.
- 3.6. HTML (HyperText Markup Language).
- 3.7. URL (Uniform RSource Locator).
- 3.8. Cliente (Lector, Browser).
- 3.9. HTTP (HyperText Transfer Protocol).
- 3.10. Funcionamiento del www

**IV. Como proveer información en el WWW.**

- 4.1. Medios para proveer Información.
- 4.2. Roles en la creación de páginas.

**V. Formas de creación de páginas para el WWW.**

- 5.1. Conceptos básicos de editores para HTML.
- 5.2. Características de los convertidores.
- 5.3. Programación extensiva.

**VI. Características y conceptos de programación en HTML.**

- 6.1. Elementos del HTML.
- 6.2. Usos de parámetros.
- 6.3. Extensiones de HTML.
- 6.4. Consideraciones en el uso de elementos de HTML.
- 6.5. Uso de caracteres especiales.

**VII. Estructura básica de documentos en HTML.**

- 7.1. Cómo crear un primer documento en HTML.
- 7.2. Encabezado de información.

**VIII. Elementos de encabezado de Información.**

- 8.1. Cuerpo del documento
- 8.2. Atributos del cuerpo.
- 8.3. Códigos para los colores en HTML.
- 8.4. Elementos de bloques
- 8.5. Fines de línea y de párrafos.
- 8.6. Reglas horizontales.

**IX. Secciones y alineamiento.**

- 9.1. Direcciones.
- 9.2. Texto preformatado.
- 9.3. Listas (no ordenadas, ordenadas, de definición y listas anidadas).
- 9.4. Tablas.
- 9.5. Cómo “flotar” texto alrededor de una tabla.
- 9.6. Colores de fondo en tablas.

**X. Elementos de texto.**

- 10.1. Formatos de carácter lógicos.
- 10.2. Formatos carácter físicos.
- 10.3. Comentarios y anotaciones dentro del documento.

**XI. Hiperenlaces.**

- 11.1. URL's
- 11.2. Sintaxis general.
- 11.3. Tipos de URLs.
- 11.4. Formato de URL para http.
- 11.5. Uso de hiperenlaces en páginas.
- 11.6. A otro servidor y/o protocolo.
- 11.7. A otro documento en el mismo servidor.
- 11.8. A un punto en el mismo documento.
- 11.9. Al correo electrónico.

**XII. Imágenes**

- 12.1. Inserción de imágenes en documentos.

- 12.2. Imágenes como hiperenlaces.
- 12.3. Conceptos básicos y características de las imágenes.
- 12.4. Formatos recomendados de imágenes para el web y ejemplos.
- 12.5. Diseño de imagen visual para la web

**XIII. Definición de frames.**

- 13.1. Base técnica.
- 13.2. Definición de frames en documentos.
- 13.3. El elemento FRAMESET.
- 13.4. Atributos ROWS.
- 13.5. Atributos COLS.

**XIV. El elemento FRAME.**

- 14.1. Atributo scr.
- 14.2. Atributo name.
- 14.3. Atributo marginwidth.
- 14.4. Atributo marginheight.
- 14.5. Scrolling.
- 14.6. Noresize.
- 14.7. El atributo TARGET.

**XV. Implementación de frames.**

- 15.1. Documento de definición de los frames.
- 15.2. Documentos HTML de cada frame.
- 15.3. Alternativa para los navegadores que no soportan frames.
- 15.4. Atributos de la etiqueta FRAMESET.
- 15.5. Frames sin bordes.
- 15.6. Atributos de la etiqueta FRAME.
- 15.7. El atributo TARGET.
- 15.8. Frames animados dentro de otros frames

**XVI. Diseño de una página electrónica**

- 16.1. Metáfora y signos.
- 16.2. Diagrama de navegación.
- 16.3. Evaluación de la imagen visual.
- 16.4. Producción.
- 16.5. Mantenimiento y evaluación

**XVII. Promoción de páginas electrónicas en los motores de búsqueda de información en el web.**

- 17.1. Motores de búsqueda en español.
- 17.2. Motores de búsqueda en inglés

**XVIII. Programación de páginas.**

- 18.1. Diseño gráfico.
- 18.2. Diseño de interfaz

**Criterios de evaluación:**

1) Evaluaciones parciales	40%
2) Tareas y participación	30%
3) Evaluación final	30%
	100%

**Estrategias de enseñanza:**

Con docente:

- Clase expositiva y demostrativa
- Exposición de investigaciones y experiencias
- Dinámicas grupales

De estudio independiente:

- Realizar investigaciones
- Análisis de casos, ensayos
- Lecturas recomendadas

**Instalaciones y equipo especial:**

- Aula
- Proyector

**Recursos y tecnologías de la información:**

- Cañón.
- Internet.

**Perfil Idóneo del docente:**

- a. Nivel Educativo: Ingeniería.
- b. Área de conocimiento: Ingeniería, Ciencias exactas y TIC
- c. Campo laboral y profesional: Experiencia en gerencia o dirección en áreas de informática, de tecnología de la información, de desarrollo web o en área relacionada o poseer diploma de especialidad.
- d. Experiencia docente: 2 años a nivel Licenciatura.

**Orientaciones bibliográficas:**

- Martínez, X. (2019), Diseño de páginas worldpress para todos los públicos. España: Ed. UOC.

- Gutiérrez, D. (2017). Comercio electrónico: creación y protección de un sitio web. Colombia: Ed. UNAULA.
- Velázquez, I. (2019). Creación de sitios web. Argentina: Ed. SixEdiciones.
- Luna, F., Peña, C. y Iacono, M. (2018). Programación web full stack 11- Diseño web responsive: Desarrollo frontend y backend-Curso virtual y práctico. España. Ed. USERS.
- Pérez, J. (2018). La World Wide Web e internet. Factores de cambio y constantes transformaciones. España: Ed. GRIN, Verlag



**UNIVERSIDAD  
MODELO**

**Plan de Estudios:  
Licenciatura en Gestión de Negocios  
Programa de asignatura**

Asignatura: Optativa I: Canales de distribución.

Semestre: Quinto

Modalidad: Escolar (Presencial)

Clave de la asignatura: 0410502-5

Clave de la asignatura seriada: n

Duración total en horas:	112	Horas totales docente:	64	Horas totales de estudio independiente:	48	Créditos:	7
--------------------------	-----	------------------------	----	---	----	-----------	---

**Objetivo de la asignatura:**

Implementar una estrategia de mercado competitiva según los objetivos comerciales de los canales de distribución, ya sea en un fabricante, intermediario mayorista o comerciante al detalle.

**Contenido temático:**

**I. Funciones de Distribución**

- 1.1. Diferencia entre Retailing y Distribución Comercial
- 1.2. Funciones de la Distribución
- 1.3. Protagonistas y Flujos del canal

**II. Diseño y Elección del canal de distribución**

- 2.1. Alternativas del canal
- 2.2. Tipos de Distribución según naturaleza del producto
- 2.3. Método Compensatorio
- 2.4. Método No compensatorio

**III. Relaciones internas del canal de distribución**

- 3.1. Estrategia de empuje
- 3.2. Estrategia de jalar
- 3.3. Estrategia mixta

**IV. Formatos para la distribución**

- 4.1. Identificar los factores que influyen en la clasificación del formato a usar
- 4.2. Formatos comerciales mayoristas
- 4.3. Formatos comerciales minoristas

**V. Comportamiento del consumidor**

- 5.1. Proceso de selección de establecimiento
- 5.2. Factores de influencia en el proceso de compra

**VI. Aspectos éticos y legales del comercio minorista**

- 6.1. Prácticas de venta minorista
- 6.2. Valor ético de las prácticas minoristas

**VII. Localización**

- 7.1. Tipos de área de mercado
- 7.2. Modelos de determinación de áreas comerciales
- 7.3. Factores que influyen en la localización del punto de venta

**VIII. Merchandising**

- 8.1. Funciones de merchandising
- 8.2. Diferenciación de merchandising de surtido, de gestión y de relación
- 8.3. Técnicas de merchandising en el exterior e interior del punto de venta

**IX. Servicio al cliente en el comercio minorista**

- 9.1. Trascendencia del servicio al cliente en el comercio minorista
- 9.2. Criterios de evaluación de las estrategias minoristas
- 9.3. Gestión y dirección minorista

**Criterios de evaluación:**

1) Evaluaciones parciales	40%
2) Tareas y participación	30%
3) Evaluación final	30%
	100%

**Estrategias de enseñanza:**

Con docente:

- Clase expositiva y demostrativa
- Exposición de investigaciones y experiencias
- Dinámicas grupales

De estudio independiente:

- Realizar investigaciones
- Análisis de casos, ensayos
- Lecturas recomendadas

**Instalaciones y equipo especial:**

- Aula
- Proyector

**Recursos y tecnologías de la información:**

- Cañón.
- Internet.

**Perfil Idóneo del docente:**

- a. Nivel Educativo: Ingeniería.
- b. Área de conocimiento: Ingeniería, Ciencias exactas y TIC
- c. Campo laboral y profesional: Experiencia mínima de un año, a nivel gerencia o dirección en áreas administrativas, de producción, de distribución o en área relacionada o poseer diploma de especialidad
- d. Experiencia docente: 2 años a nivel Licenciatura.

**Orientaciones bibliográficas:**

- Sieira, M. y Ponzoa, J. (2018). Mk retail del comercio presencial al e-commerce. Marketing de la distribución. España: Ed. ESIC.
- Eslava, A. (2017). Canales de distribución logístico-comerciales. Colombia: Ed. De la U.
- Paz, H. (2021). Canales de distribución: gestión comercial y logística. España. Ed. Ugerman.
- López, A. (2017). Distribución y trade marketing: una realidad estratégica de gestión del consumidor final, para el beneficio común entre fabricante e intermediarios. España. Ed. ESIC.
- Izquierdo, F., Salah, Ahmed y Verdú, F. (2018). Gestión administrativa del proceso comercial. España. Ed. IC.



**Plan de Estudios:**  
**Licenciatura en Gestión de Negocios**  
**Programa de asignatura**

Asignatura: Optativa I: Psicología organizacional.

Semestre: Quinto

Modalidad: Escolar (Presencial)

Clave de la asignatura: 0410502-6

Clave de la asignatura seriada: n

Duración total en horas:	112	Horas totales docente:	64	Horas totales de estudio independiente:	48	Créditos:	7
--------------------------	-----	------------------------	----	---	----	-----------	---

**Objetivo de la asignatura:**

Analizar la psicología organizacional y su función para la administración de la motivación, el liderazgo, el conflicto y la negociación, a través de una cultura organizacional idónea.

**Contenido temático:**

**I. Trabajo: Fenómeno psicosocial**

- 1.1. Definición de trabajo
- 1.2. Fines del trabajo
- 1.3. Implicaciones positivas y negativas del trabajo
- 1.4. Alcances del trabajo a nivel individual y organizacional

**II. La psicología organizacional**

- 2.1. Introducción: concepto
- 2.2. Disciplinas que contribuyen al campo de la psicología organizacional
- 2.3. La labor de los gerentes
- 2.4. Retos y oportunidades para el desarrollo organizacional

**III. Principios fundamentales.**

- 3.1. Métodos de la Psicología laboral – organizacional
- 3.2. Prácticas de la Psicología laboral- organizacional
- 3.3. Problemas de la Psicología laboral – organizacional

**IV. La importancia de los valores.**

- 4.1. 4.1 Valores, lealtad y comportamiento ético
- 4.2. 4.2 Lealtad: concepto y aplicación

**V. Fuentes de actitudes y tipos de actitudes.**

- 5.1. 5.1 Las actitudes y la diversidad de la fuerza laboral
- 5.2. 5.2 Diversidad de la fuerza laboral

- VI. Medición de la satisfacción en el trabajo.**
  - 6.1.6.1 El efecto de la satisfacción en el trabajo sobre el desempeño del empleado
  - 6.2.6.2 Evaluación de desempeño del trabajador
- VII. La motivación: de los conceptos a las aplicaciones.**
  - 7.1 La administración por objetivos
  - 7.2 Programas de reconocimiento del empleado
  - 7.3 Programas de participación del empleado
- VIII. Programas de paga variables.**
  - 8.1 Planes de pago por habilidades
  - 8.2 Prestaciones flexibles
- IX. Temas especiales sobre motivación**
  - 9.1 Capacitación
  - 9.2 Colocación
- X. Conceptualización de los equipos.**
  - 10.1. ¿Por qué los equipos se han vuelto tan populares?
  - 10.2. Equipos versus grupos
  - 10.3. Relación de los conceptos de grupo con el desarrollo de equipos de alto desempeño.
  - 10.4. Transformación de los individuos en elementos de equipo
  - 10.5. Temas actuales sobre la administración de los equipos
- XI. Integración de equipos de trabajo**
  - 11.1 Necesidades sociales
  - 11.2 Etapas en la vida de los equipos
  - 11.3 Técnicas de trabajo en equipo
  - 11.4 Estilos de trabajo en equipo
- XII. Toma de decisiones en grupo**
  - 12.1 Factores que influyen
  - 12.1 Estrategias de intervención
- XIII. Funciones de la comunicación.**
  - 13.1. El proceso de la comunicación
  - 13.2. Bases de la comunicación
  - 13.3. Las comunicaciones eficaces en organizaciones líderes
- XIV. La importancia de la comunicación**
  - 14.1. La expresividad y la cultura
  - 14.2. La comunicación en las relaciones
  - 14.3. La comunicación verbal
  - 14.4. La comunicación no verbal
  - 14.5. La comunicación en las relaciones
- XV. Definición de Liderazgo**
  - 15.1 Transición en las teorías del liderazgo
  - 15.2 Teorías de las características
  - 15.3 Teorías del comportamiento
  - 15.4 Teorías de las contingencias
  - 15.5 Los planteamientos más recientes del liderazgo
- XVI. Temas contemporáneos sobre liderazgo**

- 16.1 Rol del líder
- 16.2 Actitudes y valores del líder
- 16.3 Funciones del líder

**XVII. Conflicto**

- 17.1 Transiciones en las ideas sobre el conflicto
- 17.2 El conflicto funcional versus el disfuncional
- 17.3 El proceso del conflicto

**XVIII. Negociación**

- 18.1. Mediación
- 18.2. Acuerdos

**XIX. Relaciones intergrupales**

- 19.1. Mediación y liderazgo
- 19.2. Solución de conflictos

**XX. Estructura organizacional**

- 20.1. Diseños organizacionales más comunes
- 20.2. Nuevas opciones de diseño
- 20.3. ¿Por qué difieren las estructuras?
- 20.4. Los diseños organizacionales y el comportamiento del empleado

**XXI. Identidad de las organizaciones**

- 21.1. Tipos de organizaciones
- 21.2. Contradicción
- 21.3. Conflicto
- 21.4. Cambio

**XXII. La Institucionalización: un antecesor de la cultura.**

- 22.1. Definir cultura organizacional
- 22.2. Influencia de la cultura en los contextos organizacionales
- 22.3. La creación y el sostenimiento de una cultura
- 22.4. Cómo aprenden la cultura los empleados

**XXIII. Cultura organizacional**

- 23.1. Condiciones
- 23.2. Medio ambiente
- 23.3. Condiciones de trabajo: físicas, temporales y psicológicas.

**Criterios de evaluación:**

1) Evaluaciones parciales	40%
2) Tareas y participación	30%
3) Evaluación final	30%
	100%

### **Estrategias de enseñanza:**

Con docente:

- Clase expositiva y demostrativa
- Exposición de investigaciones y experiencias
- Dinámicas grupales

De estudio independiente:

- Realizar investigaciones
- Análisis de casos, ensayos
- Lecturas recomendadas

### **Instalaciones y equipo especial:**

- Aula
- Proyector

### **Recursos y tecnologías de la información:**

- Cañón.
- Internet.

### **Perfil Idóneo del docente:**

- a. Nivel Educativo: Licenciatura
- b. Área de conocimiento: Administración, Ciencias Sociales y Derecho.
- c. Campo laboral y profesional: Experiencia mínima de un año en Psicología organizacional, especialidad en Recursos Humanos.
- d. Experiencia docente: 2 años a nivel Licenciatura.

### **Orientaciones bibliográficas:**

- Uribe, J. (2017). Psicología del trabajo: un entorno de factores psicosociales saludables para la productividad. México: Ed. El Manual Moderno.
- Hernández, J. (2017). Desarrollo organizacional. Teoría, prácticas y casos. México: Pearson.
- Ortega, A. (2018). Cápsulas de psicología organizacional. Reflexiones desde la investigación y el diagnóstico en las organizaciones. España. Ed. Plaza y Valdés.
- Molero, F., Lois, D., García, C. y Gómez, A. (2019). Psicología de los grupos. España. Ed. Universidad Nacional de Educación a Distancia.
- Aguilar, G. (2018). El trabajo en México. México. Ed. Miguel ángel Porrúa



**Plan de Estudios:**  
**Licenciatura en Gestión de Negocios**  
**Programa de asignatura**

**UNIVERSIDAD**

**MODELO**

**VALLADOLID**

Asignatura: Optativa I: Cultura física.

Semestre: Quinto

Modalidad: Escolar (Presencial)

Clave de la asignatura: 0410502-7

Clave de la asignatura seriada: n

Duración total en horas:	112	Horas totales docente:	64	Horas totales de estudio independiente:	48	Créditos:	7
--------------------------	-----	------------------------	----	---	----	-----------	---

**Objetivo de la asignatura:**

Establecer las bases de la cultura física como ciencia en el área del movimiento humano.

**Contenido temático:**

**I. Introducción**

- 1.1. Cultura Física
- 1.2. Educación física
- 1.3. Actividad Física
- 1.4. Ejercicio Físico
- 1.5. Deporte
- 1.6. Condición Física

**II. La cultura Física en el país.**

- 2.1. La ley general de cultura física y deporte
- 2.2. El Plan nacional de Cultura Física y deporte.

**III. La Educación Física**

- 3.1. Objetivos de la educación física
- 3.2. Campo de trabajo de la Educación Física
- 3.3. Alcances y límites de la educación física

**IV. La Recreación**

- 4.1. Objetivos de la recreación
- 4.2. Campo de trabajo en la recreación
- 4.3. Alcances y límites de la recreación.

**V. El Entrenamiento Deportivo**

- 5.1. Objetivos del Entrenamiento Deportivo
- 5.2. Campo de trabajo del entrenador deportivo

5.3. Alcances y límites del entrenamiento deportivo.

**VI. La Cultura Física Terapéutica**

- 6.1. La Medicina del Deporte
- 6.2. La Fisioterapia en el deporte
- 6.3. La Psicología del deporte
- 6.4. La Nutrición del deporte

**VII. Guía manténgase activo a su manera**

- 7.1. Como iniciar un programa de actividad física
- 7.2. Como lograr que la actividad física forme parte de su vida
- 7.3. Como mantener y aumentar el programa de actividad física
- 7.4. Como mantenerse activo toda la vida.

**VIII. Recomendaciones de Actividad Física para la salud por grupos de edad.**

- 8.1. Actividad física en niños y adolescentes
- 8.2. Actividad física en Adultos.
- 8.3. Actividad física en Adultos Mayores.

**Criterios de evaluación:**

1) Evaluaciones parciales	40%
2) Tareas y participación	30%
3) Evaluación final	30%
	100%

**Estrategias de enseñanza:**

Con docente:

- Clase expositiva y demostrativa
- Exposición de investigaciones y experiencias
- Dinámicas grupales

De estudio independiente:

- Realizar investigaciones
- Análisis de casos, ensayos
- Lecturas recomendadas

**Instalaciones y equipo especial:**

- Aula
- Proyector

**Recursos y tecnologías de la información:**

- Cañón.
- Internet.

**Perfil Idóneo del docente:**

- a. Nivel Educativo: Licenciatura
- b. Área de conocimiento: Ciencias de la Salud.
- c. Campo laboral y profesional: Experiencia 1 año en el área de las ciencias del movimiento humano
- d. Experiencia docente: 2 años a nivel Licenciatura.

**Orientaciones bibliográficas:**

- Vargas, J. (2019) Educación Física: Adolescentes en acción. México. Editorial Preludio.
- García, M. (2017) Técnicos deportivos. México. Editorial Comares.
- Blázquez, D. (2021). La educación física. México. Ed. INDE.
- Mestre, J.y Rodríguez, G. (2021). El gestor deportivo y las instalaciones deportivas. México. Ed. INDE.
- Zhelyazkov, T. (2018). Bases del entrenamiento deportivo. España. Ed. Paidotribo.



**Plan de Estudios:**  
**Licenciatura en Gestión de Negocios**  
**Programa de asignatura**

Asignatura: Optativa I: Taller de diseño en internet.

Semestre: Quinto

Modalidad: Escolar (Presencial)

Clave de la asignatura: 0410502-8

Clave de la asignatura seriada: n

Duración total en horas:	112	Horas totales docente:	64	Horas totales de estudio independiente:	48	Créditos:	7
--------------------------	-----	------------------------	----	---	----	-----------	---

**Objetivo de la asignatura:**

Analizar la operatividad del Internet y la world wide web, para crear páginas de Internet a través del lenguaje de programación HTML, que sirvan como una herramienta de comunicación promocional para los negocios.

**Contenido temático:**

- I. Internet.**
  - 1.1. Historia de Internet
  - 1.2. Estructura de los servicios de Internet.
  - 1.3. Protocolos.
  - 1.4. Servicios de Internet y su categorización
- II. Comunicación.**
  - 2.1. Recuperación de información.
  - 2.2. Búsqueda de información.
  - 2.3. Interacción en aplicaciones
- III. Historia y crecimiento la word wide web (www)**
  - 3.1. Usos y servicios del www.
  - 3.2. Conceptos y elementos básicos del www.
  - 3.3. Hipertexto.
  - 3.4. Hipermedia.
  - 3.5. Hiperenlace.
  - 3.6. HTML (HyperText Markup Language).
  - 3.7. URL (Uniform RSource Locator).
  - 3.8. Cliente (Lector, Browser).
  - 3.9. HTTP (HyperText Transfer Protocol).
  - 3.10. Funcionamiento del www

**IV. Como proveer información en el WWW.**

- 4.1. Medios para proveer Información.
- 4.2. Roles en la creación de páginas.

**V. Formas de creación de páginas para el WWW.**

- 5.1. Conceptos básicos de editores para HTML.
- 5.2. Características de los convertidores.
- 5.3. Programación extensiva.

**VI. Características y conceptos de programación en HTML.**

- 6.1. Elementos del HTML.
- 6.2. Usos de parámetros.
- 6.3. Extensiones de HTML.
- 6.4. Consideraciones en el uso de elementos de HTML.
- 6.5. Uso de caracteres especiales.

**VII. Estructura básica de documentos en HTML.**

- 7.1. Cómo crear un primer documento en HTML.
- 7.2. Encabezado de información.

**VIII. Elementos de encabezado de Información.**

- 8.1. Cuerpo del documento
- 8.2. Atributos del cuerpo.
- 8.3. Códigos para los colores en HTML.
- 8.4. Elementos de bloques
- 8.5. Fines de línea y de párrafos.
- 8.6. Reglas horizontales.

**IX. Secciones y alineamiento.**

- 9.1. Direcciones.
- 9.2. Texto preformatado.
- 9.3. Listas (no ordenadas, ordenadas, de definición y listas anidadas).
- 9.4. Tablas.
- 9.5. Cómo “flotar” texto alrededor de una tabla.
- 9.6. Colores de fondo en tablas.

**X. Elementos de texto.**

- 10.1. Formatos de carácter lógicos.
- 10.2. Formatos carácter físicos.
- 10.3. Comentarios y anotaciones dentro del documento.

**XI. Hiperenlaces.**

- 11.1. URL's
- 11.2. Sintaxis general.
- 11.3. Tipos de URLs.
- 11.4. Formato de URL para http.
- 11.5. Uso de hiperenlaces en páginas.
- 11.6. A otro servidor y/o protocolo.
- 11.7. A otro documento en el mismo servidor.
- 11.8. A un punto en el mismo documento.
- 11.9. Al correo electrónico.

**XII. Imágenes**

- 12.1. Inserción de imágenes en documentos.

- 12.2. Imágenes como hiperenlaces.
- 12.3. Conceptos básicos y características de las imágenes.
- 12.4. Formatos recomendados de imágenes para el web y ejemplos.
- 12.5. Diseño de imagen visual para la web

**XIII. Definición de frames.**

- 13.1. Base técnica.
- 13.2. Definición de frames en documentos.
- 13.3. El elemento FRAMESET.
- 13.4. Atributos ROWS.
- 13.5. Atributos COLS.

**XIV. El elemento FRAME.**

- 14.1. Atributo scr.
- 14.2. Atributo name.
- 14.3. Atributo marginwidth.
- 14.4. Atributo marginheight.
- 14.5. Scrolling.
- 14.6. Noresize.
- 14.7. El atributo TARGET.

**XV. Implementación de frames.**

- 15.1. Documento de definición de los frames.
- 15.2. Documentos HTML de cada frame.
- 15.3. Alternativa para los navegadores que no soportan frames.
- 15.4. Atributos de la etiqueta FRAMESET.
- 15.5. Frames sin bordes.
- 15.6. Atributos de la etiqueta FRAME.
- 15.7. El atributo TARGET.
- 15.8. Frames animados dentro de otros frames

**XVI. Diseño de una página electrónica**

- 16.1. Metáfora y signos.
- 16.2. Diagrama de navegación.
- 16.3. Evaluación de la imagen visual.
- 16.4. Producción.
- 16.5. Mantenimiento y evaluación

**XVII. Promoción de páginas electrónicas en los motores de búsqueda de información en el web.**

- 17.1. Motores de búsqueda en español.
- 17.2. Motores de búsqueda en inglés

**XVIII. Programación de páginas.**

- 18.1. Diseño gráfico.
- 18.2. Diseño de interfaz

**Criterios de evaluación:**

1) Evaluaciones parciales	40%
2) Tareas y participación	30%
3) Evaluación final	30%
	100%

**Estrategias de enseñanza:**

Con docente:

- Clase expositiva y demostrativa
- Exposición de investigaciones y experiencias
- Dinámicas grupales

De estudio independiente:

- Realizar investigaciones
- Análisis de casos, ensayos
- Lecturas recomendadas

**Instalaciones y equipo especial:**

- Aula
- Proyector

**Recursos y tecnologías de la información:**

- Cañón.
- Internet.

**Perfil Idóneo del docente:**

- a. Nivel Educativo: Ingeniería.
- b. Área de conocimiento: Ingeniería, Ciencias exactas y TIC
- c. Campo laboral y profesional: Experiencia en gerencia o dirección en áreas de informática, de tecnología de la información, de desarrollo web o en área relacionada o poseer diploma de especialidad.
- d. Experiencia docente: 2 años a nivel Licenciatura.

**Orientaciones bibliográficas:**

- Martínez, X. (2019). Diseño de páginas worldpress para todos los públicos. España: Ed. UOC.
- Gutiérrez, D. (2017). Comercio electrónico: creación y protección de un sitio web. Colombia: Ed. UNAULA.
- Velázquez, I. (2019). Creación de sitios web. Argentina: Ed. SixEdiciones.

- Luna, F., Peña, C. y Iacono, M. (2018). Programación web full stack 11- Diseño web responsive: Desarrollo frontend y backend-Curso virtual y práctico. España. Ed. USERS.
- Pérez, J. (2018). La World Wide Web e internet. Factores de cambio y constantes transformaciones. España: Ed. GRIN, Verlag



**UNIVERSIDAD  
MODELO  
VALLADOLID**

**Plan de Estudios:  
Licenciatura en Gestión de Negocios  
Programa de asignatura**

Asignatura: Optativa I: Estado y democracia

Semestre: Quinto

Modalidad: Escolar (Presencial)

Clave de la asignatura: 0410502-9

Clave de la asignatura seriada: n

Duración total en horas:	112	Horas totales docente:	64	Horas totales de estudio independiente:	48	Créditos:	7
--------------------------	-----	------------------------	----	---	----	-----------	---

**Objetivo de la asignatura:**

Comprender la interacción que existe entre los diversos elementos del Estado, su naturaleza, la división de poderes y cómo se han desarrollado las diversas formas de gobierno, mediante el análisis del surgimiento y evolución del Estado democrático moderno, como base para la posterior articulación de contenidos sobre actores y procesos políticos en el mundo actual.

**Contenido temático:**

**I. Naturaleza, método de la teoría del Estado y formaciones previas al Estado**

- 1.1. Naturaleza de la teoría general del Estado
- 1.2. Objeto de la teoría del Estado: material y formal
- 1.3. Principales métodos utilizados para la teoría del Estado
- 1.4. Formaciones políticas: antecedentes del Estado
- 1.5. Formaciones políticas en la antigüedad
- 1.6. Formaciones políticas medievales
- 1.7. Surgimiento del Estado absolutista
- 1.8. Del Estado absolutista al Estado moderno

**II. Fundamentos del Estado moderno**

- 2.1. Fundamentos del Estado moderno y sus tratadistas
- 2.2. Condiciones que propician la aparición del Estado moderno
- 2.3. Elementos distintivos del Estado moderno
- 2.4. Importancia del pueblo en la configuración del Estado moderno: aproximaciones democráticas del Estado
- 2.5. Origen de la teoría de la representación política
- 2.6. Separación de la Iglesia y el Estado Moderno

### **III. El Estado: Funciones, estructura y formas de Gobierno**

- 3.1. Funciones y estructura
- 3.2. Personalidad del Estado
- 3.3. Elementos esenciales y modales (territorio, pueblo, poder político y soberanía)
- 3.4. Estructura jurídica del Estado
- 3.5. Funciones y los poderes del Estado
- 3.6. Estados simples y compuestos
- 3.7. Formas de Gobierno
- 3.8. Concepto de formas de Gobierno
- 3.9. Distinción de las formas de Estado y formas de gobierno
- 3.10. Teorías de las formas de gobierno
- 3.11. Formas de gobierno moderno
- 3.12. La monarquía, la república, el sistema parlamentario, el sistema dictatorial y el presidencial
- 3.13. Democracia y Estado
- 3.14. Tendencias actuales de las formas de gobierno
- 3.15. Presidencialismo
- 3.16. Parlamentarismo
- 3.17. Semipresidencialismo
- 3.18. Tendencias a la parlamentarización de los gobiernos
- 3.19. Los gobiernos de coalición

### **IV. Organización del Estado por sus funciones**

- 4.1. Los órganos del Estado: mediatos e inmediatos
- 4.2. Teorías sobre la división de poderes (ejecutivo, legislativo, judicial)
- 4.3. Teoría de los órganos autónomos
- 4.4. Teoría del control del poder político

### **V. Formas, fines y justificación del Estado**

- 5.1. Importancia de la existencia del Estado
- 5.2. Fines del Estado y su clasificación
- 5.3. Justificación del Estado
- 5.4. Importancia del Estado en el mundo globalizado

#### **Criterios de evaluación:**

1) Evaluaciones parciales	40%
2) Tareas y participación	30%
3) Evaluación final	30%
	100%

#### **Estrategias de enseñanza:**

Con docente:

- Clase expositiva y demostrativa
- Exposición de investigaciones y experiencias
- Dinámicas grupales

De estudio independiente:

- Realizar investigaciones
- Análisis de casos, ensayos
- Lecturas recomendadas

#### **Instalaciones y equipo especial:**

- Aula

#### **Recursos y tecnologías de la información:**

- Cañón
- Computadora
- Internet

#### **Perfil Idóneo del docente:**

- Nivel Educativo: Licenciatura
- Área de conocimiento: Ciencias sociales, administración y derecho
- Campo laboral y profesional: 2 años en el sector público o privado en temas relacionados con economía, finanzas y/o actuaria
- Experiencia docente: 2 años en licenciatura

#### **Orientaciones bibliográficas:**

- Blanchard, O. (2019). Macroeconomics. México. Editorial: Pearson Prentice Hall.
- Cuesta González, M., & Pampillon Fernandez, F., & Ruza y Paz-Curbera, C., & Vazquez Oteo, O., & Bustarviejo Herrera, A. (2017). Sistema financiero en perspectiva. Costa Rica. Editorial: UNED - Universidad Nacional de Educación a Distancia.
- Krugman, P. Wells, R. (2016). Macroeconomía (3<sup>a</sup> edición). España: Ed. Reverté.
- Gregory, N. (2020). Macroeconomía (10<sup>a</sup> edición). España: Ed: Antoni Bosch
- Gómez, J. (2019). Economía y política. España. Ed. Universidad Nacional de Educación a Distancia



**Plan de Estudios:**  
**Licenciatura en Gestión de Negocios**  
**Programa de asignatura**

Asignatura: Optativa I: Aprovisionamiento.

Semestre: Quinto

Modalidad: Escolar (Presencial)

Clave de la asignatura: 0410502-10

Clave de la asignatura seriada: n

Duración total en horas:	112	Horas totales docente:	64	Horas totales de estudio independiente:	48	Créditos:	7
--------------------------	-----	------------------------	----	---	----	-----------	---

**Objetivo de la asignatura:**

Planificar los procesos operativos que tienen lugar en el área de aprovisionamiento, para asegurar la total satisfacción de todas las partes interesadas en la cadena de suministros.

**Contenido temático:**

**I. El aprovisionamiento**

- 1.1. La empresa: funciones y organización
- 1.2. El departamento de compras
- 1.3. Aprovisionamiento y compras
- 1.4. Necesidades de aprovisionamiento
- 1.5. Productos y materiales
- 1.6. Circuito y flujo de materiales

**II. El proceso de compras**

- 2.1. El proceso de compras
- 2.2. Planificación de las compras
- 2.3. Análisis de las necesidades
- 2.4. Solicitud de ofertas y presupuesto
- 2.5. Cálculo de presupuestos

**III. Selección del proveedor**

- 3.1. Evaluación de las ofertas
- 3.2. Criterios de valoración
- 3.3. Selección del proveedor
- 3.4. Negociación de las condiciones

**IV. Legalización de la compra**

- 4.1. El contrato de compraventa
- 4.2. Elementos del contrato
- 4.3. Contenido del contrato
- 4.4. Obligaciones de las partes
- 4.5. Contrato de ventas especiales
- 4.6. Contrato de servicios y afines

**V. Pedido y entrega de mercancías**

- 5.1. Justificantes y documentos
- 5.2. El pedido.
- 5.3. Impreso del pedido
- 5.4. El albarán o nota de entrega de mercancías
- 5.5. Registro y control de la mercancía

**VI. La factura y otros documentos**

- 6.1. La factura: contenido y requisitos
- 6.2. El IVA y el RE en la factura
- 6.3. Cálculo del importe de la factura
- 6.4. Otros documentos de compraventa

**VII. El pago de la compraventa**

- 7.1. Formas y medios de pago
- 7.2. El cheque
- 7.3. La letra de cambio
- 7.4. El pagaré
- 7.5. La transferencia bancaria
- 7.6. El recibo
- 7.7. Los costes del pago
- 7.8. Los libros obligatorios

**VIII. Tipos de transporte**

- 8.1. Tipos de transporte
- 8.2. Medios
- 8.3. Propiedad de los medios
- 8.4. Otras clasificaciones

**IX. Selección del tipo de transporte**

- 9.1. Selección del transporte
- 9.2. Criterios para la selección del tipo de transporte

**X. Planificación del transporte**

- 10.1. Nivel de servicio
- 10.2. Política de inventarios
- 10.3. Ubicación de los puntos de origen/destino
- 10.4. Comunicación

**XI. Tipos de vehículos**

- 11.1. Vehículos
- 11.2. Tipo de carga
- 11.3. Dimensiones

**XII. Módulos y sistemas de carga y descarga**

- 12.1. Rodillos accionados
- 12.2. Trampilla trasera elevadora

**XIII. Control y circuitos**

- 13.1. Sistemas actuales de gestión y control

**Criterios de evaluación:**

1) Evaluaciones parciales	40%
2) Tareas y participación	30%
3) Evaluación final	30%
	100%

**Estrategias de enseñanza:**

Con docente:

- Clase expositiva y demostrativa
- Exposición de investigaciones y experiencias
- Dinámicas grupales

De estudio independiente:

- Realizar investigaciones
- Análisis de casos, ensayos
- Lecturas recomendadas

**Instalaciones y equipo especial:**

- Aula
- Proyector

**Recursos y tecnologías de la información:**

- Cañón.
- Internet.

**Perfil Idóneo del docente:**

- a. Nivel Educativo: Licenciatura.
- b. Área de conocimiento: Administración, Ciencias Sociales y Derecho.
- c. Campo laboral y profesional: Contabilidad, Auditoria y Finanzas mínimo 1 año.
- d. Experiencia docente: 2 años a nivel Licenciatura.

### **Orientaciones bibliográficas:**

- Arias, D. y Minguela, B. (2018). Dirección de la producción y operaciones: decisiones operativas. España: Ed. Pirámide
- D' Alessio, F. (2018). Administración de las operaciones productivas: conceptos, casos y ejercicios razonados. México: Ed. Pearson.
- Galiana, J. (2018). Manual de gestión de compras para logísticos. España. Ed. Punto Rojo Libros S.L.
- López, R. (2021). Logística de aprovisionamiento 2a. Edición. España. Ed. Paraninfo.
- Escudero, M. (). Gestión logística y comercial 2a. Edición. España. Ed. Paraninfo.



**UNIVERSIDAD  
MODELO  
VALLADOLID**

**Plan de Estudios:  
Licenciatura en Gestión de Negocios  
Programa de asignatura**

Asignatura: Administración de operaciones.

Semestre: Quinto.

Modalidad: Escolar (Presencial)

Clave de la asignatura 0410503

Clave de la asignatura seriada: n

Duración total en horas:	112	Horas totales docente:	64	Horas totales de estudio independiente:	48	Créditos	7
--------------------------	-----	------------------------	----	---	----	----------	---

**Objetivo de la asignatura:**

Identificar el proceso de producción más conveniente en una situación específica, determinando la capacidad necesaria y los controles de calidad, así como la distribución interna de la operación.

**Contenido temático:**

**I. Operaciones como Arma Competitiva**

- 1.1 Describir las operaciones en términos de insumos, procesos, productos, flujos de información, proveedores y clientes
- 1.2 Identificar las relaciones entre los términos de operación.

**II. Panorama General de Competencia**

- 2.1 Describir los conceptos que rigen la competencia en los negocios
- 2.2 Identificar la ventaja de analizar y controlar la operación de las empresas

**III. Estrategia de Operaciones.**

- 3.1 Identificar prioridades competitivas en las estrategias de operaciones
- 3.2 Vinculación con el marketing
- 3.3 Patrón de decisiones sobre los procesos y cadena de valor

**IV. Administración de Proyectos**

- 4.1 Identificar las actividades del proyecto y su secuencia
- 4.2 Diagrama de red y ruta crítica
- 4.3 Evaluación de riesgos y probabilidad de terminación
- 4.4 Determinación del programa del mínimo costo

**V. Cuatro decisiones principales de los procesos**

- 5.1 Estructura de los procesos
- 5.2 Participación del cliente
- 5.3 Flexibilidad de los recursos
- 5.4 Intensidad de capital

- VI. Estructura de los procesos**
  - 6.1 En los servicios
  - 6.2 En la manufactura
- VII. Participación del cliente**
  - 7.1 Posibles desventajas
  - 7.2 Posibles ventajas
- VIII. Flexibilidad de los recursos**
  - 8.1 Mano de obra
  - 8.2 Equipo
- IX. Intensidad de capital**
  - 9.1 Automatización de los procesos de manufactura
  - 9.2 Automatización de los procesos de servicio
- X. Análisis de procesos en la organización**
  - 10.1 Método sistemático
  - 10.2 Documentación del proceso
  - 10.3 Diagrama de flujo
  - 10.4 Planos de servicio
  - 10.5 Gráficos de proceso
- XI. Análisis del desempeño de los procesos**
  - 11.1 Listas de verificación
  - 11.2 Histogramas y gráficos de barras
  - 11.3 Gráficos de Pareto
  - 11.4 Diagrama de dispersión
  - 11.5 Diagrama de causa y efecto
- XII. Costos de desempeño**
  - 12.1 De prevención
  - 12.2 De valoración
  - 12.3 Internos de una falla
  - 12.4 Externos de una falla
- XIII. Administración de la calidad total**
  - 13.1 Satisfacción del cliente
  - 13.2 Participación del empleado
  - 13.3 Mejoramiento continuo
- XIV. Control estadístico de procesos**
  - 14.1 Variaciones de producto
  - 14.2 Muestreo
  - 14.3 Gráficos de control
  - 14.4 Gráfico R
  - 14.5 Gráfico X
  - 14.6 Gráfico P
  - 14.7 Gráfico C
- XV. Conceptos básicos**
  - 15.1 Restricción
  - 15.2 Capacidad
  - 15.3 Cuello de botella
- XVI. Mediciones**
  - 16.1 Utilización

- 16.2 Tasa de producción
- 16.3 Mezcla de productos
- 16.4 Colchones de capacidad

**XVII. Planificación de la distribución**

- 17.1 Tipos de distribución
- 17.2 Criterios de desempeño

**XVIII. Diseño de distribuciones de flujo flexible**

- 18.1 Matriz de cercanía
  - 18.2 Plano de bloques
  - 18.3 Método de distancia ponderada
- XIX. Distribuciones de flujos en línea**
- 19.1 Balanceo de línea
  - 19.2 Otras consideraciones

**Criterios de evaluación:**

1) Evaluaciones parciales	40%
2) Tareas y participación	30%
3) Evaluación final	30%
	100%

**Estrategias de enseñanza:**

Con docente:

- Clase expositiva y demostrativa
- Exposición de investigaciones y experiencias
- Dinámicas grupales

De estudio independiente:

- Realizar investigaciones
- Análisis de casos, ensayos
- Lecturas recomendadas

**Instalaciones y equipo especial:**

- Aula.

**Recursos y tecnologías de la información**

- Cañón.
- Internet.

### **Perfil Idóneo del docente**

- a. Nivel Educativo: Ingeniería
- b. Área de conocimiento: Ingeniería, Ciencias exactas y TIC
- c. Campo laboral y profesional: 1 año en el sector industrial, empresarial o de servicios.
- d. Experiencia docente: 2 años en Licenciatura.

### **Orientaciones bibliográficas**

- Torres, J., Domínguez, A. y Domínguez, G. (2018). Didáctica y aplicación de la administración de operaciones. México. Instituto Mexicano de Contadores Públicos.
- Arias, D. y Minguela, B. (2018). Dirección de la producción y operaciones: decisiones operativas. España: Ed. Pirámide
- Buzón, J. (2019). Operaciones y procesos de producción. España. Ed. Elearning S.L.
- Harvard Business Review. (2019). Gestión de proyectos. España. Ed. Reverté.
- Rumín, J. (2019). Gestión administrativa del proceso comercial. Colombia. Ed. De la U



**UNIVERSIDAD  
MODELO  
VALLADOLID**

**Plan de Estudios:  
Licenciatura en Gestión de Negocios  
Programa de asignatura**

Asignatura: Investigación de mercado cuantitativa.

Semestre: Quinto.

Modalidad: Escolar (Presencial)

Clave de la asignatura 0410504

Clave de la asignatura seriada: n

Duración total en horas:	160	Horas totales docente:	96	Horas totales de estudio independiente:	64	Créditos	10
--------------------------	-----	------------------------	----	---	----	----------	----

**Objetivo de la asignatura:**

Desarrollar un estudio de mercado exploratorio en una empresa local.

**Contenido temático:**

- I. La investigación de mercados cuantitativa**
  - 1.1 Situaciones que ameritan su aplicación
  - 1.2 Valoración de su información
  - 1.3 Ser especialista en investigación de mercados
- II. El papel de la investigación de mercados en la toma de decisiones de marketing**
  - 2.1 Para desarrollo de inteligencia competitiva
  - 2.2 Para prospectar y aplicar acciones de mejora en marketing mix.
  - 2.3 Para conquista de nuevos mercados
- III. Factores de decisión en la investigación de mercados cuantitativa**
  - 3.1 Análisis y elección de un proveedor de investigación
  - 3.2 El Sistema de información de Marketing (SIM)
  - 3.3 El Sistema de apoyo a las decisiones (SAD)
- IV. Definir la problemática a investigar**
  - 4.1 Importancia de la definición del problema
  - 4.2 El proceso de definición del problema y desarrollo del enfoque
  - 4.3 Delimitar las tareas necesarias
- V. Contexto ambiental del problema**
  - 5.1 Problema de decisión administrativa y problema de investigación de mercados
  - 5.2 Determinación del problema de investigación de mercados
  - 5.3 Delimitar el enfoque que cumpla con las expectativas de investigación.
- VI. Tipos de Investigación**

- 6.1 Exploratoria
- 6.2 Descriptiva
- 6.3 Causal
- 6.4 Relaciones y diferencias entre ellas.

**VII. Investigación según amplitud geográfica requerida**

- 7.1 Sección de una ciudad y Local
- 7.2 Regional y Nacional
- 7.3 Internacional y Global

**VIII. Clasificación de la investigación**

- 8.1 Censo
- 8.2 Muestreo
- 8.3 Sondeo

**IX. Diseño del cuestionario**

- 9.1 Áreas de exploración en relación al objetivo de la investigación
- 9.2 Determinar tipo de pregunta
- 9.3 Validación y Confidencialidad del cuestionario

**X. Fuente de datos secundarios**

- 10.1 Base de datos digitales
- 10.2 Cámaras y asociaciones empresariales
- 10.3 Revistas especializadas
- 10.4 Organismos Públicos

**XI. Elaboración del presupuesto y calendario del proyecto**

- 11.1 Pasos para elaborar el presupuesto
- 11.2 Cronología de actividades
- 11.3 Propuesta de investigación de mercados

**XII. Determinar roles de acción**

- 12.1 Trabajo de campo
- 12.2 Reclutador y capacitador de encuestadores
- 12.3 Determinación y asignación de rutas
- 12.4 Supervisión y recepción de información
- 12.5 Trabajo de captura

12.6 Asignar cargas de trabajo para captura de datos

**XIII. Supervisión e integración de la base de datos**

- 13.1 Trabajo de análisis
- 13.2 Analizar los ítems por área de exploración y expresar los resultados
- 13.3 Contrastar objetivos con los resultados
- 13.4 Elaborar propuestas

**XIV. Entrega de resultados**

- 14.1 Elaborar reporte
- 14.2 Entrega y exposición del reporte

#### **Criterios de evaluación:**

1) Evaluaciones parciales	40%
2) Tareas y participación	30%
3) Evaluación final	30%
	100%

#### **Estrategias de enseñanza:**

Con docente:

- Clase expositiva y demostrativa
- Exposición de investigaciones y experiencias
- Dinámicas grupales

De estudio independiente:

- Realizar investigaciones
- Análisis de casos, ensayos
- Lecturas recomendadas

#### **Instalaciones y equipo especial:**

- Aula.

#### **Recursos y tecnologías de la información:**

- Cañón.
- Internet.

#### **Perfil Idóneo del docente:**

- a. Nivel Educativo: Licenciatura.
- b. Área de conocimiento: Ciencias Sociales, Administración y Derecho.
- c. Campo laboral y profesional: 1 año en el sector industrial, empresarial o de servicios.
- d. Experiencia docente: 2 años en Licenciatura.

#### **Orientaciones bibliográficas:**

- Arenal, C. (2019). Investigación y recogida de información de mercados. UF1780. México: Ed. Tutor Formación.
- Fisher, L. (2017). Introducción a la investigación de mercados. México: Ed. Mc Graw Hill
- Rosendo, V. (2018). Investigación de mercados. Aplicación al marketing estratégico empresarial. España. Ed. ESIC.

- Villaverde, S., Monfort, A. y Merino, M. (2020). Investigación de mercados en entornos digitales y convencionales: una visión integradora. España. Ed. ESIC.
- Dos Santos, M. (2017). Investigación de mercados: Manual universitario. España. Ed. Díaz de Santos



**Plan de Estudios:**  
**Licenciatura en Gestión de Negocios**  
**Programa de asignatura**

Asignatura: Optativa II: Fundamentos de auditoria.

Semestre: Quinto

Modalidad: Escolar (Presencial)

Clave de la asignatura: 0410505-1

Clave de la asignatura seriada: n

Duración total en horas:	112	Horas totales docente:	64	Horas totales de estudio independiente:	48	Créditos:	7
--------------------------	-----	------------------------	----	---	----	-----------	---

**Objetivo de la asignatura:**

Conocer el objetivo de la auditoria, los procedimientos y técnicas aplicables en la función de auditoría, así como las normas que rigen al auditor y al trabajo que realiza.

**Contenido temático:**

**I. Definición de auditoría**

- 1.1. Objetivo.
- 1.2. Finalidad de la función de auditoría

**II. Clasificación de los tipos de auditoría**

- 2.1. Auditoría interna
- 2.2. Auditoría externa
- 2.3. Pública o gubernamental
- 2.4. De sistemas

**III. Presentación del trabajo final de la auditoría**

- 3.1. El dictamen como resultado del trabajo de auditoría externa
- 3.2. Informe al director como resultado de la auditoría interna

**IV. Código de Ética**

- 4.1. Estructura del Código
- 4.2. Disposiciones del Código de Ética relacionadas con la auditoría

**V. Planeación y revisión**

- 5.1. Objetivos específicos de la auditoría
- 5.2. Papeles de trabajo a utilizar
- 5.3. Personal y tiempo de realización de la auditoría

- 5.4. Aplicación de las normas y procedimientos de auditoría
- 5.5. Identificación de los rubros de los estados financieros a revisar y sus respectivos ajustes
- 5.6. Obtención de evidencia suficiente y competente

**VI. Normas de auditoría. Concepto y clasificación**

- 6.1. Normas personales
- 6.2. Normas de ejecución
- 6.3. Normas de información

**VII. Técnicas de Auditoría**

- 7.1. Generalidades
- 7.2. Técnicas de auditoria
- 7.3. Procedimientos de auditoria

**VIII. Procedimientos**

- 8.1. Extensión y alcance de los procedimientos.
- 8.2. Oportunidad de los procedimientos

**IX. Papeles de trabajo**

- 9.1. Propiedad de los papeles de trabajo
- 9.2. Naturaleza confidencial de los papeles de trabajo
- 9.3. Contenido de los papeles de trabajo.
- 9.4. Clases de papeles de trabajo

**X. Cédulas**

- 10.1. Cédulas sumarias
- 10.2. Cédulas analíticas

**XI. Otros documentos**

- 11.1. Archivos que se utilizan en las auditorias
- 11.2. Conservación de los papeles de trabajo

**XII. Modelo de control interno**

- 12.1. Ambiente de control
- 12.2. Evaluación/riesgo
- 12.3. Actividad de control
- 12.4. Información y comunicación

**XIII. Fases de la auditoría**

- 13.1. Fase diagnóstico
- 13.2. Fase de propuesta
- 13.3. Fase de la negociación
- 13.4. Fase control e implementación
- 13.5. Fase evaluación

**XIV. Etapas del proceso de auditoría**

- 14.1. Recorrido antecedente
- 14.2. Planificación auditoría

**XV. Muestreo en auditoria**

- 15.1. Muestreo estadístico
- 15.2. Muestreo de atributos
- 15.3. Muestreo de variables o valores

**XVI. Método de aplicación en muestreo de atributos y variables**

16.1. Selección sistemática

16.2. Selección causal

**XVII. Riesgo e incertidumbre**

17.1. Error tolerable

17.2. Error esperado en el universo

17.3. Análisis de errores en la muestra

**Criterios de evaluación:**

1) Evaluaciones parciales	40%
2) Tareas y participación	30%
3) Evaluación final	30%
	100%

**Estrategias de enseñanza:**

Con docente:

- Clase expositiva y demostrativa
- Exposición de investigaciones y experiencias
- Dinámicas grupales

De estudio independiente:

- Realizar investigaciones
- Análisis de casos, ensayos
- Lecturas recomendadas

**Instalaciones y equipo especial:**

- Aula
- Proyector

**Recursos y tecnologías de la información:**

- Cañón.
- Internet.

**Perfil Idóneo del docente:**

a. Nivel Educativo: Licenciatura.

b. Área de conocimiento: Administración, Ciencias Sociales y Derecho.

- c. Campo laboral y profesional: Contabilidad, Auditoria y Finanzas mínimo 1 año.
- d. Experiencia docente: 2 años a nivel Licenciatura.

**Orientaciones bibliográficas:**

- Comisión de normas de auditoría y aseguramiento (2020). Guías de auditoría. México: Ed. Instituto Mexicano de Contadores Públicos.
- Sánchez, J. y Alvarado, M. (2017). Teoría y práctica de la auditoría II: análisis de áreas y casos prácticos (7<sup>a</sup> edición). España: Ed. Pirámide.
- Pintos, A. (2018). Auditoría para no auditores. España. Ed. Seguridad y defensa
- Instituto Mexicano de Contadores Públicos. (2017). Normas de auditoría para atestiguar, revisión y otros servicios relacionados. México. Ed. Instituto Mexicano de Contadores Públicos.
- Instituto Mexicano de Contadores Públicos. (2017). Modelos de informe de auditoría y otras opiniones del auditor. México. Ed. Instituto Mexicano de Contadores Públicos.



**Plan de Estudios:**  
**Licenciatura en Gestión de Negocios**  
**Programa de asignatura**

Asignatura: Optativa II: Fotografía Digital

Semestre: Quinto

Modalidad: Escolar (Presencial)

Clave de la asignatura: 0410505-2

Clave de la asignatura seriada: n

Duración total en horas:	112	Horas totales docente:	64	Horas totales de estudio independiente:	48	Créditos:	7
--------------------------	-----	------------------------	----	---	----	-----------	---

**Objetivo de la asignatura:**

Sintetizar mensajes a través de los diferentes géneros fotográficos mediante las características principales de la fotografía profesional en blanco y negro.

**Contenido temático:**

**I. La Fotografía: antecedentes y actualidad.**

- 1.1. Inicios de la fotografía: De Niepce a George Eastman.
- 1.2. La fotografía en la primera mitad del siglo XX.
- 1.3. La fotografía en la segunda mitad del siglo XX.
- 1.4. Fotografía del siglo XXI. De lo analógico a lo digital.

**II. La fotografía en México.**

- 2.1. Inicios de la fotografía en México.
- 2.2. Fotógrafos del siglo XIX.
- 2.3. Fotógrafos del siglo XX.

**III. Mandos de la cámara y estructura de la imagen.**

- 3.1. Diafragma. Uso de la profundidad de campo.
- 3.2. Obturación. Congelar y dar énfasis al movimiento.
- 3.3. Valor de exposición.
- 3.4. Balance de Blancos.
- 3.5. Valor ISO.
- 3.6. Lentes y objetivos.
- 3.7. Filtros y accesorios.

**IV. Estructura de la imagen.**

- 4.1. Líneas.
- 4.2. Formas (Siluetas y Sombras).
- 4.3. Texturas.

- 4.4. Ritmo (Lineal y Repetición).
- V. **El mensaje a través de la imagen.**
- 5.1. Composición fotográfica.
  - 5.2. Iluminación natural.
  - 5.3. La composición como elemento narrativo en la imagen.
- VI. **Estilos fotográficos.**
- 6.1. Géneros fotográficos.
  - 6.2. Estilos fotográficos.
  - 6.3. Diez fotógrafos y estilos influyentes del siglo XX

**Criterios de evaluación:**

1) Evaluaciones parciales	40%
2) Tareas y participación	30%
3) Evaluación final	30%
	100%

**Estrategias de enseñanza:**

Con docente:

- Clase expositiva y demostrativa
- Exposición de investigaciones y experiencias
- Dinámicas grupales

De estudio independiente:

- Realizar investigaciones
- Análisis de casos, ensayos
- Lecturas recomendadas

**Instalaciones y equipo especial:**

- Aula
- Proyector

**Recursos y tecnologías de la información:**

- Internet
- Equipos de cómputo

**Perfil Idóneo del docente:**

- a. Nivel Educativo: Licenciatura
- b. Área de conocimiento: Ciencias Sociales, Administración y Derecho
- c. Campo laboral y profesional: A nivel gerencia o dirección en áreas de diseño, artes o en área relacionada o poseer diploma de especialidad mínimo 1 año.
- d. Experiencia docente: 2 años a nivel Licenciatura.

**Orientaciones bibliográficas:**

- Gale, L. (2017) Manual Básico de Blanco y Negro. México. Editorial de la Escuela Nacional de Artes Plásticas
- Martos, A. (2017) Fotograffía digital. España. Ed. Anaya Multimedia.
- Guasco, I. (2018). El gran libro de la fotografía digital: guía teórica y práctica. México. Ed. Users.
- Freeman, M. (2018). El ojo del fotógrafo. España. Ed. Blume
- Sans, M. (2018). Aprende a fotografiar productos como un profesional. España. Ed. Gustavo Gili.



**Plan de Estudios:**  
**Licenciatura en Gestión de Negocios**  
**Programa de asignatura**

Asignatura: Optativa II: Fundamentos de turismo.

Semestre: Quinto

Modalidad: Escolar (Presencial)

Clave de la asignatura: 0410505-3

Clave de la asignatura seriada: n

Duración total en horas:	112	Horas totales docente:	64	Horas totales de estudio independiente:	48	Créditos:	7
--------------------------	-----	------------------------	----	---	----	-----------	---

**Objetivo de la asignatura:**

Utilizar los conocimientos básicos teóricos en los que se sustenta la actividad turística a nivel nacional e internacional.

**Contenido temático:**

**I. Turismo**

- 1.1. Concepto de Turismo
- 1.2. Concepto de Tiempo libre
- 1.3. Concepto de Recreación
- 1.4. Qué es un Turista
- 1.5. Qué es un Prestador de Servicios Turísticos

**II. Origen del Turismo**

- 2.1. Orígenes históricos
- 2.2. El papel de Thomas Cook en la actividad turística

**III. Turismo fundamentado por diferentes ciencias**

- 3.1. Geografía
- 3.2. Sociología
- 3.3. Antropología
- 3.4. Psicología
- 3.5. Economía
- 3.6. Historia

**IV. El Turismo como Actividad Económico-Administrativa**

- 4.1. Principales empresas turísticas y su estructura
- 4.2. El impacto del Turismo en la Economía de los países, regiones y localidades
- 4.3. Derrama económica

4.4. PIB (producto interno bruto)

4.5. Cuenta Satélite

4.6. El Turismo en México

**V. Turismo Tradicional**

5.1. Turismo de Sol y Playa

5.2. Turismo masivo

5.3. Impactos socio-culturales y económicos del Turismo Tradicional

**VI. Turismo Alternativo**

6.1. Turismo rural

6.2. Turismo de aventura

6.3. Ecoturismo

6.4. Impactos socio-culturales del Turismo Alternativo.

**Criterios de evaluación:**

1) Evaluaciones parciales	40%
2) Tareas y participación	30%
3) Evaluación final	30%
	100%

**Estrategias de enseñanza:**

Con docente:

- Clase expositiva y demostrativa
- Exposición de investigaciones y experiencias
- Dinámicas grupales

De estudio independiente:

- Realizar investigaciones
- Análisis de casos, ensayos
- Lecturas recomendadas

**Instalaciones y equipo especial:**

- Aula
- Proyector

**Recursos y tecnologías de la información:**

- Cañón.
- Internet.

**Perfil Idóneo del docente:**

- a. Nivel Educativo: Licenciatura.
- b. Área de conocimiento: Administración, Ciencias Sociales y Derecho.
- c. Campo laboral y profesional: Administración de empresas turísticas mínimo 1 año.
- d. Experiencia docente: 2 años a nivel Licenciatura.

**Orientaciones bibliográficas:**

- Vogeler, C. y Hernández, E. (2018). Introducción al turismo: análisis y estructura. España. Ed. Centro de estudios Ramón Areces.
- Feijoó, J. (2020). Fundamentos de turismo: nuevo enfoque en el siglo XXI. Argentina. Ugerman.
- Fernández, M. y Barceló, A. (2021). Nuevos retos del patrimonio cultural: comunicación, educación y turismo. España. Ed. Dykinson S.L.
- Moreno, M. (2020). Marketing turístico: Fundamentos y dirección. España. Ed. Pirámide.
- *secretaría de turismo.* (01 de 01 de 2022). Obtenido de secretaria de turismo: <https://www.gob.mx/sectur>



**Plan de Estudios:**  
**Licenciatura en Gestión de Negocios**  
**Programa de asignatura**

Asignatura: Optativa II: Taller de diseño en internet.

Semestre: Quinto

Modalidad: Escolar (Presencial)

Clave de la asignatura: 0410505-4

Clave de la asignatura seriada: n

Duración total en horas:	112	Horas totales docente:	64	Horas totales de estudio independiente:	48	Créditos:	7
--------------------------	-----	------------------------	----	---	----	-----------	---

**Objetivo de la asignatura:**

Analizar la operatividad del Internet y la world wide web, para crear páginas de Internet a través del lenguaje de programación HTML, que sirvan como una herramienta de comunicación promocional para los negocios.

**Contenido temático:**

**I. Internet.**

- 1.1. Historia de Internet
- 1.2. Estructura de los servicios de Internet.
- 1.3. Protocolos.
- 1.4. Servicios de Internet y su categorización

**II. Comunicación.**

- 2.1. Recuperación de información.
- 2.2. Búsqueda de información.
- 2.3. Interacción en aplicaciones

**III. Historia y crecimiento la word wide web (www)**

- 3.1. Usos y servicios del www.
- 3.2. Conceptos y elementos básicos del www.
- 3.3. Hipertexto.
- 3.4. Hipermedia.
- 3.5. Hiperenlace.
- 3.6. HTML (HyperText Markup Language).
- 3.7. URL (Uniform RSource Locator).
- 3.8. Cliente (Lector, Browser).
- 3.9. HTTP (HyperText Transfer Protocol).
- 3.10. Funcionamiento del www

**IV. Como proveer información en el WWW.**

- 4.1. Medios para proveer Información.
- 4.2. Roles en la creación de páginas.

**V. Formas de creación de páginas para el WWW.**

- 5.1. Conceptos básicos de editores para HTML.
- 5.2. Características de los convertidores.
- 5.3. Programación extensiva.

**VI. Características y conceptos de programación en HTML.**

- 6.1. Elementos del HTML.
- 6.2. Usos de parámetros.
- 6.3. Extensiones de HTML.
- 6.4. Consideraciones en el uso de elementos de HTML.
- 6.5. Uso de caracteres especiales.

**VII. Estructura básica de documentos en HTML.**

- 7.1. Cómo crear un primer documento en HTML.
- 7.2. Encabezado de información.

**VIII. Elementos de encabezado de Información.**

- 8.1. Cuerpo del documento
- 8.2. Atributos del cuerpo.
- 8.3. Códigos para los colores en HTML.
- 8.4. Elementos de bloques
- 8.5. Fines de línea y de párrafos.
- 8.6. Reglas horizontales.

**IX. Secciones y alineamiento.**

- 9.1. Direcciones.
- 9.2. Texto preformatado.
- 9.3. Listas (no ordenadas, ordenadas, de definición y listas anidadas).
- 9.4. Tablas.
- 9.5. Cómo “flotar” texto alrededor de una tabla.
- 9.6. Colores de fondo en tablas.

**X. Elementos de texto.**

- 10.1. Formatos de carácter lógicos.
- 10.2. Formatos carácter físicos.
- 10.3. Comentarios y anotaciones dentro del documento.

**XI. Hiperenlaces.**

- 11.1. URL's
- 11.2. Sintaxis general.
- 11.3. Tipos de URLs.
- 11.4. Formato de URL para http.
- 11.5. Uso de hiperenlaces en páginas.
- 11.6. A otro servidor y/o protocolo.
- 11.7. A otro documento en el mismo servidor.
- 11.8. A un punto en el mismo documento.
- 11.9. Al correo electrónico.

**XII. Imágenes**

- 12.1. Inserción de imágenes en documentos.

- 12.2. Imágenes como hiperenlaces.
- 12.3. Conceptos básicos y características de las imágenes.
- 12.4. Formatos recomendados de imágenes para el web y ejemplos.
- 12.5. Diseño de imagen visual para la web

**XIII. Definición de frames.**

- 13.1. Base técnica.
- 13.2. Definición de frames en documentos.
- 13.3. El elemento FRAMESET.
- 13.4. Atributos ROWS.
- 13.5. Atributos COLS.

**XIV. El elemento FRAME.**

- 14.1. Atributo scr.
- 14.2. Atributo name.
- 14.3. Atributo marginwidth.
- 14.4. Atributo marginheight.
- 14.5. Scrolling.
- 14.6. Noresize.
- 14.7. El atributo TARGET.

**XV. Implementación de frames.**

- 15.1. Documento de definición de los frames.
- 15.2. Documentos HTML de cada frame.
- 15.3. Alternativa para los navegadores que no soportan frames.
- 15.4. Atributos de la etiqueta FRAMESET.
- 15.5. Frames sin bordes.
- 15.6. Atributos de la etiqueta FRAME.
- 15.7. El atributo TARGET.
- 15.8. Frames animados dentro de otros frames

**XVI. Diseño de una página electrónica**

- 16.1. Metáfora y signos.
- 16.2. Diagrama de navegación.
- 16.3. Evaluación de la imagen visual.
- 16.4. Producción.
- 16.5. Mantenimiento y evaluación

**XVII. Promoción de páginas electrónicas en los motores de búsqueda de información en el web.**

- 17.1. Motores de búsqueda en español.
- 17.2. Motores de búsqueda en inglés

**XVIII. Programación de páginas.**

- 18.1. Diseño gráfico.
- 18.2. Diseño de interfaz

**Criterios de evaluación:**

1) Evaluaciones parciales	40%
2) Tareas y participación	30%
3) Evaluación final	30%
	100%

**Estrategias de enseñanza:**

Con docente:

- Clase expositiva y demostrativa
- Exposición de investigaciones y experiencias
- Dinámicas grupales

De estudio independiente:

- Realizar investigaciones
- Análisis de casos, ensayos
- Lecturas recomendadas

**Instalaciones y equipo especial:**

- Aula
- Proyector

**Recursos y tecnologías de la información:**

- Cañón.
- Internet.

**Perfil Idóneo del docente:**

- a. Nivel Educativo: Ingeniería.
- b. Área de conocimiento: Ingeniería, Ciencias exactas y TIC
- c. Campo laboral y profesional: Experiencia en gerencia o dirección en áreas de informática, de tecnología de la información, de desarrollo web o en área relacionada o poseer diploma de especialidad.
- d. Experiencia docente: 2 años a nivel Licenciatura.

**Orientaciones bibliográficas:**

- Martínez, X. (2019). Diseño de páginas wordpress para todos los públicos. España: Ed. UOC.
- Gutiérrez, D. (2017). Comercio electrónico: creación y protección de un sitio web. Colombia: Ed. UNAULA.
- Velázquez, I. (2019). Creación de sitios web. Argentina: Ed. SixEdiciones.

- Luna, F., Peña, C. y Iacono, M. (2018). Programación web full stack 11- Diseño web responsive: Desarrollo frontend y backend-Curso virtual y práctico. España. Ed. USERS.
- Pérez, J. (2018). La World Wide Web e internet. Factores de cambio y constantes transformaciones. España: Ed. GRIN, Verlag



**UNIVERSIDAD  
MODELO**

**Plan de Estudios:  
Licenciatura en Gestión de Negocios  
Programa de asignatura**

Asignatura: Optativa II: Canales de Distribución.

Semestre: Quinto

Modalidad: Escolar (Presencial)

Clave de la asignatura: 0410505-5

Clave de la asignatura seriada: n

Duración total en horas:	112	Horas totales docente:	64	Horas totales de estudio independiente:	48	Créditos:	7
--------------------------	-----	------------------------	----	---	----	-----------	---

**Objetivo de la asignatura:**

Implementar una estrategia de mercado competitiva según los objetivos comerciales de los canales de distribución, ya sea en un fabricante, intermediario mayorista o comerciante al detalle.

**Contenido temático:**

**I. Funciones de Distribución**

- 1.1. Diferencia entre Retailing y Distribución Comercial
- 1.2. Funciones de la Distribución
- 1.3. Protagonistas y Flujos del canal

**II. Diseño y Elección del canal de distribución**

- 2.1. Alternativas del canal
- 2.2. Tipos de Distribución según naturaleza del producto
- 2.3. Método Compensatorio
- 2.4. Método No compensatorio

**III. Relaciones internas del canal de distribución**

- 3.1. Estrategia de empuje
- 3.2. Estrategia de jalar
- 3.3. Estrategia mixta

**IV. Formatos para la distribución**

- 4.1. Identificar los factores que influyen en la clasificación del formato a usar
- 4.2. Formatos comerciales mayoristas
- 4.3. Formatos comerciales minoristas

**V. Comportamiento del consumidor**

- 5.1. Proceso de selección de establecimiento
- 5.2. Factores de influencia en el proceso de compra

**VI. Aspectos éticos y legales del comercio minorista**

- 6.1. Prácticas de venta minorista
- 6.2. Valor ético de las prácticas minoristas

**VII. Localización**

- 7.1. Tipos de área de mercado
- 7.2. Modelos de determinación de áreas comerciales
- 7.3. Factores que influyen en la localización del punto de venta

**VIII. Merchandising**

- 8.1. Funciones de merchandising
- 8.2. Diferenciación de merchandising de surtido, de gestión y de relación
- 8.3. Técnicas de merchandising en el exterior e interior del punto de venta

**IX. Servicio al cliente en el comercio minorista**

- 9.1. Trascendencia del servicio al cliente en el comercio minorista
- 9.2. Criterios de evaluación de las estrategias minoristas
- 9.3. Gestión y dirección minorista

**Criterios de evaluación:**

1) Evaluaciones parciales	40%
2) Tareas y participación	30%
3) Evaluación final	30%
	100%

**Estrategias de enseñanza:**

Con docente:

- Clase expositiva y demostrativa
- Exposición de investigaciones y experiencias
- Dinámicas grupales

De estudio independiente:

- Realizar investigaciones
- Análisis de casos, ensayos
- Lecturas recomendadas

**Instalaciones y equipo especial:**

- Aula
- Proyector

**Recursos y tecnologías de la información:**

- Cañón.
- Internet.

**Perfil Idóneo del docente:**

- a. Nivel Educativo: Ingeniería.
- b. Área de conocimiento: Ingeniería, Ciencias exactas y TIC
- c. Campo laboral y profesional: Experiencia mínima de un año, a nivel gerencia o dirección en áreas administrativas, de producción, de distribución o en área relacionada o poseer diploma de especialidad
- d. Experiencia docente: 2 años a nivel Licenciatura.

**Orientaciones bibliográficas:**

- Sieira, M. y Ponzoa, J. (2018). Mk retail del comercio presencial al e-commerce. Marketing de la distribución. España: Ed. ESIC.
- Eslava, A. (2017). Canales de distribución logístico-comerciales. Colombia: Ed. De la U.
- Paz, H. (2021). Canales de distribución: gestión comercial y logística. España. Ed. Ugerman.
- López, A. (2017). Distribución y trade marketing: una realidad estratégica de gestión del consumidor final, para el beneficio común entre fabricante e intermediarios. España. Ed. ESIC.
- Izquierdo, F., Salah, Ahmed y Verdú, F. (2018). Gestión administrativa del proceso comercial. España. Ed. IC.



**Plan de Estudios:**  
**Licenciatura en Gestión de Negocios**  
**Programa de asignatura**

Asignatura: Optativa II: Psicología organizacional.

Semestre: Quinto

Modalidad: Escolar (Presencial)

Clave de la asignatura: 0410505-6

Clave de la asignatura seriada: n

Duración total en horas:	112	Horas totales docente:	64	Horas totales de estudio independiente:	48	Créditos:	7
--------------------------	-----	------------------------	----	---	----	-----------	---

**Objetivo de la asignatura:**

Analizar la psicología organizacional y su función para la administración de la motivación, el liderazgo, el conflicto y la negociación, a través de una cultura organizacional idónea.

**Contenido temático:**

**I. Trabajo: Fenómeno psicosocial**

- 1.1. Definición de trabajo
- 1.2. Fines del trabajo
- 1.3. Implicaciones positivas y negativas del trabajo
- 1.4. Alcances del trabajo a nivel individual y organizacional

**II. La psicología organizacional**

- 2.1. Introducción: concepto
- 2.2. Disciplinas que contribuyen al campo de la psicología organizacional
- 2.3. La labor de los gerentes
- 2.4. Retos y oportunidades para el desarrollo organizacional

**III. Principios fundamentales.**

- 3.1. Métodos de la Psicología laboral – organizacional
- 3.2. Prácticas de la Psicología laboral- organizacional
- 3.3. Problemas de la Psicología laboral – organizacional

**IV. La importancia de los valores.**

- 4.1. 4.1 Valores, lealtad y comportamiento ético
- 4.2. 4.2 Lealtad: concepto y aplicación

**V. Fuentes de actitudes y tipos de actitudes.**

- 5.1. 5.1 Las actitudes y la diversidad de la fuerza laboral
- 5.2. 5.2 Diversidad de la fuerza laboral

- VI. Medición de la satisfacción en el trabajo.**
  - 6.1.6.1 El efecto de la satisfacción en el trabajo sobre el desempeño del empleado
  - 6.2.6.2 Evaluación de desempeño del trabajador
- VII. La motivación: de los conceptos a las aplicaciones.**
  - 7.1 La administración por objetivos
  - 7.2 Programas de reconocimiento del empleado
  - 7.3 Programas de participación del empleado
- VIII. Programas de paga variables.**
  - 8.1 Planes de pago por habilidades
  - 8.2 Prestaciones flexibles
- IX. Temas especiales sobre motivación**
  - 9.1 Capacitación
  - 9.2 Colocación
- X. Conceptualización de los equipos.**
  - 10.1. ¿Por qué los equipos se han vuelto tan populares?
  - 10.2. Equipos versus grupos
  - 10.3. Relación de los conceptos de grupo con el desarrollo de equipos de alto desempeño.
  - 10.4. Transformación de los individuos en elementos de equipo
  - 10.5. Temas actuales sobre la administración de los equipos
- XI. Integración de equipos de trabajo**
  - 11.1 Necesidades sociales
  - 11.2 Etapas en la vida de los equipos
  - 11.3 Técnicas de trabajo en equipo
  - 11.4 Estilos de trabajo en equipo
- XII. Toma de decisiones en grupo**
  - 12.1 Factores que influyen
  - 12.1 Estrategias de intervención
- XIII. Funciones de la comunicación.**
  - 13.1. El proceso de la comunicación
  - 13.2. Bases de la comunicación
  - 13.3. Las comunicaciones eficaces en organizaciones líderes
- XIV. La importancia de la comunicación**
  - 14.1. La expresividad y la cultura
  - 14.2. La comunicación en las relaciones
  - 14.3. La comunicación verbal
  - 14.4. La comunicación no verbal
  - 14.5. La comunicación en las relaciones
- XV. Definición de Liderazgo**
  - 15.1 Transición en las teorías del liderazgo
  - 15.2 Teorías de las características
  - 15.3 Teorías del comportamiento
  - 15.4 Teorías de las contingencias
  - 15.5 Los planteamientos más recientes del liderazgo
- XVI. Temas contemporáneos sobre liderazgo**

- 16.1 Rol del líder
- 16.2 Actitudes y valores del líder
- 16.3 Funciones del líder

**XVII. Conflicto**

- 17.1 Transiciones en las ideas sobre el conflicto
- 17.2 El conflicto funcional versus el disfuncional
- 17.3 El proceso del conflicto

**XVIII. Negociación**

- 18.1. Mediación
- 18.2. Acuerdos

**XIX. Relaciones intergrupales**

- 19.1. Mediación y liderazgo
- 19.2. Solución de conflictos

**XX. Estructura organizacional**

- 20.1. Diseños organizacionales más comunes
- 20.2. Nuevas opciones de diseño
- 20.3. ¿Por qué difieren las estructuras?
- 20.4. Los diseños organizacionales y el comportamiento del empleado

**XXI. Identidad de las organizaciones**

- 21.1. Tipos de organizaciones
- 21.2. Contradicción
- 21.3. Conflicto
- 21.4. Cambio

**XXII. La Institucionalización: un antecesor de la cultura.**

- 22.1. Definir cultura organizacional
- 22.2. Influencia de la cultura en los contextos organizacionales
- 22.3. La creación y el sostenimiento de una cultura
- 22.4. Cómo aprenden la cultura los empleados

**XXIII. Cultura organizacional**

- 23.1. Condiciones
- 23.2. Medio ambiente
- 23.3. Condiciones de trabajo: físicas, temporales y psicológicas.

**Criterios de evaluación:**

1) Evaluaciones parciales	40%
2) Tareas y participación	30%
3) Evaluación final	30%
	100%

### **Estrategias de enseñanza:**

Con docente:

- Clase expositiva y demostrativa
- Exposición de investigaciones y experiencias
- Dinámicas grupales

De estudio independiente:

- Realizar investigaciones
- Análisis de casos, ensayos
- Lecturas recomendadas

### **Instalaciones y equipo especial:**

- Aula
- Proyector

### **Recursos y tecnologías de la información:**

- Cañón.
- Internet.

### **Perfil Idóneo del docente:**

- a. Nivel Educativo: Licenciatura
- b. Área de conocimiento: Administración, Ciencias Sociales y Derecho.
- c. Campo laboral y profesional: Experiencia mínima de un año en Psicología organizacional, especialidad en Recursos Humanos.
- d. Experiencia docente: 2 años a nivel Licenciatura.

### **Orientaciones bibliográficas:**

- Uribe, J. (2017). Psicología del trabajo: un entorno de factores psicosociales saludables para la productividad. México: Ed. El Manual Moderno.
- Hernández, J. (2017). Desarrollo organizacional. Teoría, prácticas y casos. México: Pearson.
- Ortega, A. (2018). Cápsulas de psicología organizacional. Reflexiones desde la investigación y el diagnóstico en las organizaciones. España. Ed. Plaza y Valdés.
- Molero, F., Lois, D., García, C. y Gómez, A. (2019). Psicología de los grupos. España. Ed. Universidad Nacional de Educación a Distancia.
- Aguilar, G. (2018). El trabajo en México. México. Ed. Miguel ángel Porrúa



**Plan de Estudios:**  
**Licenciatura en Gestión de Negocios**  
**Programa de asignatura**

**UNIVERSIDAD  
MODELO  
VALLADOLID**

Asignatura: Optativa II: Cultura Física.

Semestre: Quinto

Modalidad: Escolar (Presencial)

Clave de la asignatura: 0410505-7

Clave de la asignatura seriada: n

Duración total en horas:	112	Horas totales docente:	64	Horas totales de estudio independiente:	48	Créditos:	7
--------------------------	-----	------------------------	----	---	----	-----------	---

**Objetivo de la asignatura:**

Establecer las bases de la cultura física como ciencia en el área del movimiento humano.

**Contenido temático:**

**I. Introducción**

- 1.1. Cultura Física
- 1.2. Educación física
- 1.3. Actividad Física
- 1.4. Ejercicio Físico
- 1.5. Deporte
- 1.6. Condición Física

**II. La cultura Física en el país.**

- 2.1. La ley general de cultura física y deporte
- 2.2. El Plan nacional de Cultura Física y deporte.

**III. La Educación Física**

- 3.1. Objetivos de la educación física
- 3.2. Campo de trabajo de la Educación Física
- 3.3. Alcances y límites de la educación física

**IV. La Recreación**

- 4.1. Objetivos de la recreación
- 4.2. Campo de trabajo en la recreación
- 4.3. Alcances y límites de la recreación.

**V. El Entrenamiento Deportivo**

- 5.1. Objetivos del Entrenamiento Deportivo
- 5.2. Campo de trabajo del entrenador deportivo

5.3. Alcances y límites del entrenamiento deportivo.

**VI. La Cultura Física Terapéutica**

- 6.1. La Medicina del Deporte
- 6.2. La Fisioterapia en el deporte
- 6.3. La Psicología del deporte
- 6.4. La Nutrición del deporte

**VII. Guía manténgase activo a su manera**

- 7.1. Como iniciar un programa de actividad física
- 7.2. Como lograr que la actividad física forme parte de su vida
- 7.3. Como mantener y aumentar el programa de actividad física
- 7.4. Como mantenerse activo toda la vida.

**VIII. Recomendaciones de Actividad Física para la salud por grupos de edad.**

- 8.1. Actividad física en niños y adolescentes
- 8.2. Actividad física en Adultos.
- 8.3. Actividad física en Adultos Mayores.

**Criterios de evaluación:**

1) Evaluaciones parciales	40%
2) Tareas y participación	30%
3) Evaluación final	30%
	100%

**Estrategias de enseñanza:**

Con docente:

- Clase expositiva y demostrativa
- Exposición de investigaciones y experiencias
- Dinámicas grupales

De estudio independiente:

- Realizar investigaciones
- Análisis de casos, ensayos
- Lecturas recomendadas

**Instalaciones y equipo especial:**

- Aula
- Proyector

**Recursos y tecnologías de la información:**

- Cañón.
- Internet.

**Perfil Idóneo del docente:**

- a. Nivel Educativo: Licenciatura
- b. Área de conocimiento: Ciencias de la Salud.
- c. Campo laboral y profesional: Experiencia 1 año en el área de las ciencias del movimiento humano
- d. Experiencia docente: 2 años a nivel Licenciatura.

**Orientaciones bibliográficas:**

- Vargas, J. (2019) Educación Física: Adolescentes en acción. México. Editorial Preludio.
- García, M. (2017) Técnicos deportivos. México. Editorial Comares.
- Blázquez, D. (2021). La educación física. México. Ed. INDE.
- Mestre, J.y Rodríguez, G. (2021). El gestor deportivo y las instalaciones deportivas. México. Ed. INDE.
- Zhelyazkov, T. (2018). Bases del entrenamiento deportivo. España. Ed. Paidotribo.



**Plan de Estudios:**  
**Licenciatura en Gestión de Negocios**  
**Programa de asignatura**

Asignatura: Optativa II: Taller de diseño en internet.

Semestre: Quinto

Modalidad: Escolar (Presencial)

Clave de la asignatura: 0410505-8

Clave de la asignatura seriada: n

Duración total en horas:	112	Horas totales docente:	64	Horas totales de estudio independiente:	48	Créditos:	7
--------------------------	-----	------------------------	----	---	----	-----------	---

**Objetivo de la asignatura:**

Analizar la operatividad del Internet y la world wide web, para crear páginas de Internet a través del lenguaje de programación HTML, que sirvan como una herramienta de comunicación promocional para los negocios.

**Contenido temático:**

**I. Internet.**

- 1.1. Historia de Internet
- 1.2. Estructura de los servicios de Internet.
- 1.3. Protocolos.
- 1.4. Servicios de Internet y su categorización

**II. Comunicación.**

- 2.1. Recuperación de información.
- 2.2. Búsqueda de información.
- 2.3. Interacción en aplicaciones

**III. Historia y crecimiento la word wide web (www)**

- 3.1. Usos y servicios del www.
- 3.2. Conceptos y elementos básicos del www.
- 3.3. Hipertexto.
- 3.4. Hipermedia.
- 3.5. Hiperenlace.
- 3.6. HTML (HyperText Markup Language).
- 3.7. URL (Uniform RSource Locator).
- 3.8. Cliente (Lector, Browser).
- 3.9. HTTP (HyperText Transfer Protocol).
- 3.10. Funcionamiento del www

**IV. Como proveer información en el WWW.**

- 4.1. Medios para proveer Información.
- 4.2. Roles en la creación de páginas.

**V. Formas de creación de páginas para el WWW.**

- 5.1. Conceptos básicos de editores para HTML.
- 5.2. Características de los convertidores.
- 5.3. Programación extensiva.

**VI. Características y conceptos de programación en HTML.**

- 6.1. Elementos del HTML.
- 6.2. Usos de parámetros.
- 6.3. Extensiones de HTML.
- 6.4. Consideraciones en el uso de elementos de HTML.
- 6.5. Uso de caracteres especiales.

**VII. Estructura básica de documentos en HTML.**

- 7.1. Cómo crear un primer documento en HTML.
- 7.2. Encabezado de información.

**VIII. Elementos de encabezado de Información.**

- 8.1. Cuerpo del documento
- 8.2. Atributos del cuerpo.
- 8.3. Códigos para los colores en HTML.
- 8.4. Elementos de bloques
- 8.5. Fines de línea y de párrafos.
- 8.6. Reglas horizontales.

**IX. Secciones y alineamiento.**

- 9.1. Direcciones.
- 9.2. Texto preformatado.
- 9.3. Listas (no ordenadas, ordenadas, de definición y listas anidadas).
- 9.4. Tablas.
- 9.5. Cómo “flotar” texto alrededor de una tabla.
- 9.6. Colores de fondo en tablas.

**X. Elementos de texto.**

- 10.1. Formatos de carácter lógicos.
- 10.2. Formatos carácter físicos.
- 10.3. Comentarios y anotaciones dentro del documento.

**XI. Hiperenlaces.**

- 11.1. URL's
- 11.2. Sintaxis general.
- 11.3. Tipos de URLs.
- 11.4. Formato de URL para http.
- 11.5. Uso de hiperenlaces en páginas.
- 11.6. A otro servidor y/o protocolo.
- 11.7. A otro documento en el mismo servidor.
- 11.8. A un punto en el mismo documento.
- 11.9. Al correo electrónico.

**XII. Imágenes**

- 12.1. Inserción de imágenes en documentos.

- 12.2. Imágenes como hiperenlaces.
- 12.3. Conceptos básicos y características de las imágenes.
- 12.4. Formatos recomendados de imágenes para el web y ejemplos.
- 12.5. Diseño de imagen visual para la web

**XIII. Definición de frames.**

- 13.1. Base técnica.
- 13.2. Definición de frames en documentos.
- 13.3. El elemento FRAMESET.
- 13.4. Atributos ROWS.
- 13.5. Atributos COLS.

**XIV. El elemento FRAME.**

- 14.1. Atributo scr.
- 14.2. Atributo name.
- 14.3. Atributo marginwidth.
- 14.4. Atributo marginheight.
- 14.5. Scrolling.
- 14.6. Noresize.
- 14.7. El atributo TARGET.

**XV. Implementación de frames.**

- 15.1. Documento de definición de los frames.
- 15.2. Documentos HTML de cada frame.
- 15.3. Alternativa para los navegadores que no soportan frames.
- 15.4. Atributos de la etiqueta FRAMESET.
- 15.5. Frames sin bordes.
- 15.6. Atributos de la etiqueta FRAME.
- 15.7. El atributo TARGET.
- 15.8. Frames animados dentro de otros frames

**XVI. Diseño de una página electrónica**

- 16.1. Metáfora y signos.
- 16.2. Diagrama de navegación.
- 16.3. Evaluación de la imagen visual.
- 16.4. Producción.
- 16.5. Mantenimiento y evaluación

**XVII. Promoción de páginas electrónicas en los motores de búsqueda de información en el web.**

- 17.1. Motores de búsqueda en español.
- 17.2. Motores de búsqueda en inglés

**XVIII. Programación de páginas.**

- 18.1. Diseño gráfico.
- 18.2. Diseño de interfaz

**Criterios de evaluación:**

1) Evaluaciones parciales	40%
2) Tareas y participación	30%
3) Evaluación final	30%
	100%

**Estrategias de enseñanza:**

Con docente:

- Clase expositiva y demostrativa
- Exposición de investigaciones y experiencias
- Dinámicas grupales

De estudio independiente:

- Realizar investigaciones
- Análisis de casos, ensayos
- Lecturas recomendadas

**Instalaciones y equipo especial:**

- Aula
- Proyector

**Recursos y tecnologías de la información:**

- Cañón.
- Internet.

**Perfil Idóneo del docente:**

- a. Nivel Educativo: Ingeniería.
- b. Área de conocimiento: Ingeniería, Ciencias exactas y TIC
- c. Campo laboral y profesional: Experiencia en gerencia o dirección en áreas de informática, de tecnología de la información, de desarrollo web o en área relacionada o poseer diploma de especialidad.
- d. Experiencia docente: 2 años a nivel Licenciatura.

**Orientaciones bibliográficas:**

- Martínez, X. (2019), Diseño de páginas worldpress para todos los públicos. España: Ed. UOC.

- Gutiérrez, D. (2017). Comercio electrónico: creación y protección de un sitio web. Colombia: Ed. UNAULA.
- Velázquez, I. (2019). Creación de sitios web. Argentina: Ed. SixEdiciones.
- Luna, F., Peña, C. y Iacono, M. (2018). Programación web full stack 11- Diseño web responsive: Desarrollo frontend y backend-Curso virtual y práctico. España. Ed. USERS.
- Pérez, J. (2018). La World Wide Web e internet. Factores de cambio y constantes transformaciones. España: Ed. GRIN, Verlag



**UNIVERSIDAD  
MODELO  
VALLADOLID**

**Plan de Estudios:  
Licenciatura en Gestión de Negocios  
Programa de asignatura**

Asignatura: Optativa II: Estado y democracia

Semestre: Quinto

Modalidad: Escolar (Presencial)

Clave de la asignatura: 0410505-9

Clave de la asignatura seriada: n

Duración total en horas:	112	Horas totales docente:	64	Horas totales de estudio independiente:	48	Créditos:	7
--------------------------	-----	------------------------	----	---	----	-----------	---

**Objetivo de la asignatura:**

Comprender la interacción que existe entre los diversos elementos del Estado, su naturaleza, la división de poderes y cómo se han desarrollado las diversas formas de gobierno, mediante el análisis del surgimiento y evolución del Estado democrático moderno, como base para la posterior articulación de contenidos sobre actores y procesos políticos en el mundo actual.

**Contenido temático:**

**I. Naturaleza, método de la teoría del Estado y formaciones previas al Estado**

- 1.1. Naturaleza de la teoría general del Estado
- 1.2. Objeto de la teoría del Estado: material y formal
- 1.3. Principales métodos utilizados para la teoría del Estado
- 1.4. Formaciones políticas: antecedentes del Estado
- 1.5. Formaciones políticas en la antigüedad
- 1.6. Formaciones políticas medievales
- 1.7. Surgimiento del Estado absolutista
- 1.8. Del Estado absolutista al Estado moderno

**II. Fundamentos del Estado moderno**

- 2.1. Fundamentos del Estado moderno y sus tratadistas
- 2.2. Condiciones que propician la aparición del Estado moderno
- 2.3. Elementos distintivos del Estado moderno
- 2.4. Importancia del pueblo en la configuración del Estado moderno: aproximaciones democráticas del Estado
- 2.5. Origen de la teoría de la representación política
- 2.6. Separación de la Iglesia y el Estado Moderno

### **III. El Estado: Funciones, estructura y formas de Gobierno**

- 3.1. Funciones y estructura
- 3.2. Personalidad del Estado
- 3.3. Elementos esenciales y modales (territorio, pueblo, poder político y soberanía)
- 3.4. Estructura jurídica del Estado
- 3.5. Funciones y los poderes del Estado
- 3.6. Estados simples y compuestos
- 3.7. Formas de Gobierno
- 3.8. Concepto de formas de Gobierno
- 3.9. Distinción de las formas de Estado y formas de gobierno
- 3.10. Teorías de las formas de gobierno
- 3.11. Formas de gobierno moderno
- 3.12. La monarquía, la república, el sistema parlamentario, el sistema dictatorial y el presidencial
- 3.13. Democracia y Estado
- 3.14. Tendencias actuales de las formas de gobierno
- 3.15. Presidencialismo
- 3.16. Parlamentarismo
- 3.17. Semipresidencialismo
- 3.18. Tendencias a la parlamentarización de los gobiernos
- 3.19. Los gobiernos de coalición

### **IV. Organización del Estado por sus funciones**

- 4.1. Los órganos del Estado: mediatos e inmediatos
- 4.2. Teorías sobre la división de poderes (ejecutivo, legislativo, judicial)
- 4.3. Teoría de los órganos autónomos
- 4.4. Teoría del control del poder político

### **V. Formas, fines y justificación del Estado**

- 5.1. Importancia de la existencia del Estado
- 5.2. Fines del Estado y su clasificación
- 5.3. Justificación del Estado
- 5.4. Importancia del Estado en el mundo globalizado

#### **Criterios de evaluación:**

1) Evaluaciones parciales	40%
2) Tareas y participación	30%
3) Evaluación final	30%
	100%

### **Estrategias de enseñanza:**

Con docente:

- Clase expositiva y demostrativa
- Exposición de investigaciones y experiencias
- Dinámicas grupales

De estudio independiente:

- Realizar investigaciones
- Análisis de casos, ensayos
- Lecturas recomendadas

### **Instalaciones y equipo especial:**

- Aula

### **Recursos y tecnologías de la información:**

- Cañón
- Computadora
- Internet

### **Perfil Idóneo del docente:**

- a. Nivel Educativo: Licenciatura
- b. Área de conocimiento: Ciencias sociales, administración y derecho
- c. Campo laboral y profesional: 2 años en el sector público o privado en temas relacionados con economía, finanzas y/o actuaria
- d. Experiencia docente: 2 años en licenciatura

### **Orientaciones bibliográficas:**

- Blanchard, O. (2019). Macroeconomics. México. Editorial: Pearson Prentice Hall.
- Cuesta González, M., & Pampillon Fernandez, F., & Ruza y Paz-Curbera, C., & Vazquez Oteo, O., & Bustarviejo Herrera, A. (2017). Sistema financiero en perspectiva. Costa Rica. Editorial: UNED - Universidad Nacional de Educación a Distancia.
- Krugman, P. Wells, R. (2016). Macroeconomía (3<sup>a</sup> edición). España: Ed. Reverté.
- Gregory, N. (2020). Macroeconomía (10<sup>a</sup> edición). España: Ed: Antoni Bosch
- Gómez, J. (2019). Economía y política. España. Ed. Universidad Nacional de Educación a Distancia



**Plan de Estudios:**  
**Licenciatura en Gestión de Negocios**  
**Programa de asignatura**

Asignatura: Optativa II: Aprovisionamiento.

Semestre: Quinto

Modalidad: Escolar (Presencial)

Clave de la asignatura: 0410505-10

Clave de la asignatura seriada: n

Duración total en horas:	112	Horas totales docente:	64	Horas totales de estudio independiente:	48	Créditos:	7
--------------------------	-----	------------------------	----	---	----	-----------	---

**Objetivo de la asignatura:**

Planificar los procesos operativos que tienen lugar en el área de aprovisionamiento, para asegurar la total satisfacción de todas las partes interesadas en la cadena de suministros.

**Contenido temático:**

**I. El aprovisionamiento**

- 1.1. La empresa: funciones y organización
- 1.2. El departamento de compras
- 1.3. Aprovisionamiento y compras
- 1.4. Necesidades de aprovisionamiento
- 1.5. Productos y materiales
- 1.6. Circuito y flujo de materiales

**II. El proceso de compras**

- 2.1. El proceso de compras
- 2.2. Planificación de las compras
- 2.3. Análisis de las necesidades
- 2.4. Solicitud de ofertas y presupuesto
- 2.5. Cálculo de presupuestos

**III. Selección del proveedor**

- 3.1. Evaluación de las ofertas
- 3.2. Criterios de valoración
- 3.3. Selección del proveedor
- 3.4. Negociación de las condiciones

**IV. Legalización de la compra**

- 4.1. El contrato de compraventa
- 4.2. Elementos del contrato
- 4.3. Contenido del contrato
- 4.4. Obligaciones de las partes
- 4.5. Contrato de ventas especiales
- 4.6. Contrato de servicios y afines

**V. Pedido y entrega de mercancías**

- 5.1. Justificantes y documentos
- 5.2. El pedido.
- 5.3. Impreso del pedido
- 5.4. El albarán o nota de entrega de mercancías
- 5.5. Registro y control de la mercancía

**VI. La factura y otros documentos**

- 6.1. La factura: contenido y requisitos
- 6.2. El IVA y el RE en la factura
- 6.3. Cálculo del importe de la factura
- 6.4. Otros documentos de compraventa

**VII. El pago de la compraventa**

- 7.1. Formas y medios de pago
- 7.2. El cheque
- 7.3. La letra de cambio
- 7.4. El pagaré
- 7.5. La transferencia bancaria
- 7.6. El recibo
- 7.7. Los costes del pago
- 7.8. Los libros obligatorios

**VIII. Tipos de transporte**

- 8.1. Tipos de transporte
- 8.2. Medios
- 8.3. Propiedad de los medios
- 8.4. Otras clasificaciones

**IX. Selección del tipo de transporte**

- 9.1. Selección del transporte
- 9.2. Criterios para la selección del tipo de transporte

**X. Planificación del transporte**

- 10.1. Nivel de servicio
- 10.2. Política de inventarios
- 10.3. Ubicación de los puntos de origen/destino
- 10.4. Comunicación

**XI. Tipos de vehículos**

- 11.1. Vehículos
- 11.2. Tipo de carga
- 11.3. Dimensiones

**XII. Módulos y sistemas de carga y descarga**

- 12.1. Rodillos accionados
- 12.2. Trampilla trasera elevadora

**XIII. Control y circuitos**

- 13.1. Sistemas actuales de gestión y control

**Criterios de evaluación:**

1) Evaluaciones parciales	40%
2) Tareas y participación	30%
3) Evaluación final	30%
	100%

**Estrategias de enseñanza:**

Con docente:

- Clase expositiva y demostrativa
- Exposición de investigaciones y experiencias
- Dinámicas grupales

De estudio independiente:

- Realizar investigaciones
- Análisis de casos, ensayos
- Lecturas recomendadas

**Instalaciones y equipo especial:**

- Aula
- Proyector

**Recursos y tecnologías de la información:**

- Cañón.
- Internet.

**Perfil Idóneo del docente:**

- a. Nivel Educativo: Licenciatura.
- b. Área de conocimiento: Administración, Ciencias Sociales y Derecho.
- c. Campo laboral y profesional: Contabilidad, Auditoria y Finanzas mínimo 1 año.
- d. Experiencia docente: 2 años a nivel Licenciatura.

### **Orientaciones bibliográficas:**

- Arias, D. y Minguela, B. (2018). Dirección de la producción y operaciones: decisiones operativas. España: Ed. Pirámide
- D' Alessio, F. (2018). Administración de las operaciones productivas: conceptos, casos y ejercicios razonados. México: Ed. Pearson.
- Galiana, J. (2018). Manual de gestión de compras para logísticos. España. Ed. Punto Rojo Libros S.L.
- López, R. (2021). Logística de aprovisionamiento 2a. Edición. España. Ed. Paraninfo.
- Escudero, M. (). Gestión logística y comercial 2a. Edición. España. Ed. Paraninfo.



**Plan de Estudios:**  
**Licenciatura en Gestión de Negocios**  
**Programa de asignatura**

Asignatura: Economía digital.

Semestre: Quinto.

Modalidad: Escolar (Presencial)

Clave de la asignatura 0410506

Clave de la asignatura seriada: n

Duración total en horas:	112	Horas totales docente:	64	Horas totales de estudio independiente:	48	Créditos	7
--------------------------	-----	------------------------	----	---	----	----------	---

**Objetivo de la asignatura:**

Comprender la interrelación entre la revolución informática y las comunicaciones dentro del marco de la globalización de la economía, de los mercados y el surgimiento de la nueva economía digital.

**Contenido temático:**

- I. Historia de las Tecnologías de la Información.**
  - 1.1 Factores claves.
  - 1.2 Componentes de las Tecnologías de la Información.
- II. El Mercado Mundial de las Tecnologías Informáticas y de las Telecomunicaciones.**
  - 2.1 Conceptos básicos de las TIC
  - 2.2 Difusión de las TIC
  - 2.3 Globalización de las TIC
  - 2.4 Utilización de las TIC en las empresas
- III. El Proceso de Globalización de la Tecnología**
  - 3.1 Efectos de la globalización
  - 3.2 Producción en Internet
- IV. Conceptos Básicos de Alianzas, Fusiones y Adquisiciones**
  - 4.1 Creación y gestión de alianzas
  - 4.2 Fusiones empresariales
  - 4.3 Adquisiciones
- V. La Nueva Economía Los factores de la economía tradicional**
  - 5.1 La generación de valor en la nueva economía
  - 5.2 Capital Intelectual en Internet
- VI. La Estrategia Digital**
  - 6.1 Creación de una estrategia digital

- 6.2 Diseño y desarrollo de una estrategia digital efectiva
- VII. Los Nuevos Modelos de Negocios**
- 7.1 Definición de conceptos básicos
  - 7.2 Categorías de modelos de negocios
  - 7.3 Modelos de ingresos
- VIII. Historia del Internet**
- 8.1 ARPANET
  - 8.2 Internet Comercial
  - 8.3 Internet 2
- IX. ¿Quién gobierna el Internet?**
- 9.1 El futuro de Internet
  - 9.2 Organismos rectores
  - 9.3 Estándares en Internet
- X. Análisis de casos de empresas exitosas con negocios electrónicos**
- 10.1 Caso Wall-Mart
  - 10.2 Caso Dell
  - 10.3 Caso Librerías Ghandi
- XI. México y su desarrollo tecnológico**
- 11.1 Análisis del proyecto e-México
  - 11.2 Sector Salud
  - 11.3 Sector Economía
  - 11.4 Sector Educación
  - 11.5 Sector Gobierno
  - 11.6 El país y sus estados federales: interconexión electrónica global
- XII. Análisis de países con desarrollo de estrategias de política digital**
- 12.1 Alemania
  - 12.2 Chile
  - 12.3 España
  - 12.4 Japón
  - 12.5 Estados Unidos

**Criterios de evaluación:**

1) Evaluaciones parciales	40%
2) Tareas y participación	30%
3) Evaluación final	30%
	100%

### **Estrategias de enseñanza:**

Con docente:

- Clase expositiva y demostrativa
- Exposición de investigaciones y experiencias
- Dinámicas grupales

De estudio independiente:

- Realizar investigaciones
- Análisis de casos, ensayos
- Lecturas recomendadas

### **Instalaciones y equipo especial:**

- Aula.

### **Recursos y tecnologías de la información:**

- Cañón.
- Internet.

### **Perfil Idóneo del docente:**

- a. Nivel Educativo: Ingeniería.
- b. Área de conocimiento: Ingeniería, Ciencias exactas y TIC
- c. Campo laboral y profesional: 1 año en el sector industrial, empresarial o de servicios.
- d. Experiencia docente: 2 años en Licenciatura.

### **Orientaciones bibliográficas:**

- Acemoglu, D., Laibson, D. y List, J. (2017). Economía. España: Ed. Antoni Bosch.
- Torres, J. (2021). La biblia del e-commerce: los secretos de la venta online. España: Ed. Manontropo.
- Hernández, E. y Hernández, L. (2020). Manual del comercio electrónico (2<sup>a</sup> edición). España: Ed. Marge.
- Somalo, I. (2017). El comercio electrónico: una guía completa para gestionar la venta online. España: Ed. ESIC.
- Elson, C. (2021). Nuevos modelos de negocios emprendimiento en la era de la tecnología. España. Ed. UOC



**Plan de Estudios:**  
**Licenciatura en Gestión de Negocios**  
**Programa de asignatura**

**UNIVERSIDAD  
MODELO  
VALLADOLID**

Asignatura: Optativa III: Fundamentos de auditoria.

Semestre: Quinto

Modalidad: Escolar (Presencial)

Clave de la asignatura: 0410507-1

Clave de la asignatura seriada: n

Duración total en horas:	112	Horas totales docente:	64	Horas totales de estudio independiente:	48	Créditos:	7
--------------------------	-----	------------------------	----	---	----	-----------	---

**Objetivo de la asignatura:**

Conocer el objetivo de la auditoria, los procedimientos y técnicas aplicables en la función de auditoría, así como las normas que rigen al auditor y al trabajo que realiza.

**Contenido temático:**

**I. Definición de auditoría**

- 1.1. Objetivo.
- 1.2. Finalidad de la función de auditoría

**II. Clasificación de los tipos de auditoría**

- 2.1. Auditoría interna
- 2.2. Auditoría externa
- 2.3. Pública o gubernamental
- 2.4. De sistemas

**III. Presentación del trabajo final de la auditoría**

- 3.1. El dictamen como resultado del trabajo de auditoría externa
- 3.2. Informe al director como resultado de la auditoría interna

**IV. Código de Ética**

- 4.1. Estructura del Código
- 4.2. Disposiciones del Código de Ética relacionadas con la auditoría

**V. Planeación y revisión**

- 5.1. Objetivos específicos de la auditoría
- 5.2. Papeles de trabajo a utilizar
- 5.3. Personal y tiempo de realización de la auditoría

- 5.4. Aplicación de las normas y procedimientos de auditoría
- 5.5. Identificación de los rubros de los estados financieros a revisar y sus respectivos ajustes
- 5.6. Obtención de evidencia suficiente y competente

**VI. Normas de auditoría. Concepto y clasificación**

- 6.1. Normas personales
- 6.2. Normas de ejecución
- 6.3. Normas de información

**VII. Técnicas de Auditoría**

- 7.1. Generalidades
- 7.2. Técnicas de auditoria
- 7.3. Procedimientos de auditoria

**VIII. Procedimientos**

- 8.1. Extensión y alcance de los procedimientos.
- 8.2. Oportunidad de los procedimientos

**IX. Papeles de trabajo**

- 9.1. Propiedad de los papeles de trabajo
- 9.2. Naturaleza confidencial de los papeles de trabajo
- 9.3. Contenido de los papeles de trabajo.
- 9.4. Clases de papeles de trabajo

**X. Cédulas**

- 10.1. Cédulas sumarias
- 10.2. Cédulas analíticas

**XI. Otros documentos**

- 11.1. Archivos que se utilizan en las auditorias
- 11.2. Conservación de los papeles de trabajo

**XII. Modelo de control interno**

- 12.1. Ambiente de control
- 12.2. Evaluación/riesgo
- 12.3. Actividad de control
- 12.4. Información y comunicación

**XIII. Fases de la auditoría**

- 13.1. Fase diagnóstico
- 13.2. Fase de propuesta
- 13.3. Fase de la negociación
- 13.4. Fase control e implementación
- 13.5. Fase evaluación

**XIV. Etapas del proceso de auditoría**

- 14.1. Recorrido antecedente
- 14.2. Planificación auditoría

**XV. Muestreo en auditoria**

- 15.1. Muestreo estadístico
- 15.2. Muestreo de atributos
- 15.3. Muestreo de variables o valores

**XVI. Método de aplicación en muestreo de atributos y variables**

16.1. Selección sistemática

16.2. Selección causal

**XVII. Riesgo e incertidumbre**

17.1. Error tolerable

17.2. Error esperado en el universo

17.3. Análisis de errores en la muestra

**Criterios de evaluación:**

1) Evaluaciones parciales	40%
2) Tareas y participación	30%
3) Evaluación final	30%
	100%

**Estrategias de enseñanza:**

Con docente:

- Clase expositiva y demostrativa
- Exposición de investigaciones y experiencias
- Dinámicas grupales

De estudio independiente:

- Realizar investigaciones
- Análisis de casos, ensayos
- Lecturas recomendadas

**Instalaciones y equipo especial:**

- Aula
- Proyector

**Recursos y tecnologías de la información:**

- Cañón.
- Internet.

**Perfil Idóneo del docente:**

a. Nivel Educativo: Licenciatura.

b. Área de conocimiento: Administración, Ciencias Sociales y Derecho.

- c. Campo laboral y profesional: Contabilidad, Auditoria y Finanzas mínimo 1 año.
- d. Experiencia docente: 2 años a nivel Licenciatura.

**Orientaciones bibliográficas:**

- Comisión de normas de auditoría y aseguramiento (2020). Guías de auditoría. México: Ed. Instituto Mexicano de Contadores Públicos.
- Sánchez, J. y Alvarado, M. (2017). Teoría y práctica de la auditoría II: análisis de áreas y casos prácticos (7<sup>a</sup> edición). España: Ed. Pirámide.
- Pintos, A. (2018). Auditoría para no auditores. España. Ed. Seguridad y defensa
- Instituto Mexicano de Contadores Públicos. (2017). Normas de auditoría para atestiguar, revisión y otros servicios relacionados. México. Ed. Instituto Mexicano de Contadores Públicos.
- Instituto Mexicano de Contadores Públicos. (2017). Modelos de informe de auditoría y otras opiniones del auditor. México. Ed. Instituto Mexicano de Contadores Públicos.



**Plan de Estudios:**  
**Licenciatura en Gestión de Negocios**  
**Programa de asignatura**

Asignatura: Optativa III. Fotografía Digital

Semestre: Quinto

Modalidad: Escolar (Presencial)

Clave de la asignatura: 0410507-2

Clave de la asignatura seriada: n

Duración total en horas:	112	Horas totales docente:	64	Horas totales de estudio independiente:	48	Créditos:	7
--------------------------	-----	------------------------	----	---	----	-----------	---

**Objetivo de la asignatura:**

Sintetizar mensajes a través de los diferentes géneros fotográficos mediante las características principales de la fotografía profesional en blanco y negro.

**Contenido temático:**

**I. La Fotografía: antecedentes y actualidad.**

- 1.1. Inicios de la fotografía: De Niepce a George Eastman.
- 1.2. La fotografía en la primera mitad del siglo XX.
- 1.3. La fotografía en la segunda mitad del siglo XX.
- 1.4. Fotografía del siglo XXI. De lo analógico a lo digital.

**II. La fotografía en México.**

- 2.1. Inicios de la fotografía en México.
- 2.2. Fotógrafos del siglo XIX.
- 2.3. Fotógrafos del siglo XX.

**III. Mandos de la cámara y estructura de la imagen.**

- 3.1. Diafragma. Uso de la profundidad de campo.
- 3.2. Obturación. Congelar y dar énfasis al movimiento.
- 3.3. Valor de exposición.
- 3.4. Balance de Blancos.
- 3.5. Valor ISO.
- 3.6. Lentes y objetivos.
- 3.7. Filtros y accesorios.

**IV. Estructura de la imagen.**

- 4.1. Líneas.
- 4.2. Formas (Siluetas y Sombras).
- 4.3. Texturas.

- 4.4. Ritmo (Lineal y Repetición).
- V. **El mensaje a través de la imagen.**
- 5.1. Composición fotográfica.
  - 5.2. Iluminación natural.
  - 5.3. La composición como elemento narrativo en la imagen.
- VI. **Estilos fotográficos.**
- 6.1. Géneros fotográficos.
  - 6.2. Estilos fotográficos.
  - 6.3. Diez fotógrafos y estilos influyentes del siglo XX

**Criterios de evaluación:**

1) Evaluaciones parciales	40%
2) Tareas y participación	30%
3) Evaluación final	30%
	100%

**Estrategias de enseñanza:**

Con docente:

- Clase expositiva y demostrativa
- Exposición de investigaciones y experiencias
- Dinámicas grupales

De estudio independiente:

- Realizar investigaciones
- Análisis de casos, ensayos
- Lecturas recomendadas

**Instalaciones y equipo especial:**

- Aula
- Proyector

**Recursos y tecnologías de la información:**

- Internet
- Equipos de cómputo

**Perfil Idóneo del docente:**

- a. Nivel Educativo: Licenciatura
- b. Área de conocimiento: Ciencias Sociales, Administración y Derecho
- c. Campo laboral y profesional: A nivel gerencia o dirección en áreas de diseño, artes o en área relacionada o poseer diploma de especialidad mínimo 1 año.
- d. Experiencia docente: 2 años a nivel Licenciatura.

**Orientaciones bibliográficas:**

- Gale, L. (2017) Manual Básico de Blanco y Negro. México. Editorial de la Escuela Nacional de Artes Plásticas
- Martos, A. (2017) Fotograffía digital. España. Ed. Anaya Multimedia.
- Guasco, I. (2018). El gran libro de la fotografía digital: guía teórica y práctica. México. Ed. Users.
- Freeman, M. (2018). El ojo del fotógrafo. España. Ed. Blume
- Sans, M. (2018). Aprende a fotografiar productos como un profesional. España. Ed. Gustavo Gili.



**UNIVERSIDAD  
MODELO  
VALLADOLID**

**Plan de Estudios:  
Licenciatura en Gestión de Negocios  
Programa de asignatura**

Asignatura: Optativa III: Fundamentos de turismo.

Semestre: Quinto

Modalidad: Escolar (Presencial)

Clave de la asignatura: 0410507-3

Clave de la asignatura seriada: n

Duración total en horas:	112	Horas totales docente:	64	Horas totales de estudio independiente:	48	Créditos:	7
--------------------------	-----	------------------------	----	---	----	-----------	---

**Objetivo de la asignatura:**

Utilizar los conocimientos básicos teóricos en los que se sustenta la actividad turística a nivel nacional e internacional.

**Contenido temático:**

**I. Turismo**

- 1.1. Concepto de Turismo
- 1.2. Concepto de Tiempo libre
- 1.3. Concepto de Recreación
- 1.4. Qué es un Turista
- 1.5. Qué es un Prestador de Servicios Turísticos

**II. Origen del Turismo**

- 2.1. Orígenes históricos
- 2.2. El papel de Thomas Cook en la actividad turística

**III. Turismo fundamentado por diferentes ciencias**

- 3.1. Geografía
- 3.2. Sociología
- 3.3. Antropología
- 3.4. Psicología
- 3.5. Economía
- 3.6. Historia

**IV. El Turismo como Actividad Económico-Administrativa**

- 4.1. Principales empresas turísticas y su estructura
- 4.2. El impacto del Turismo en la Economía de los países, regiones y localidades
- 4.3. Derrama económica

4.4. PIB (producto interno bruto)

4.5. Cuenta Satélite

4.6. El Turismo en México

**V. Turismo Tradicional**

5.1. Turismo de Sol y Playa

5.2. Turismo masivo

5.3. Impactos socio-culturales y económicos del Turismo Tradicional

**VI. Turismo Alternativo**

6.1. Turismo rural

6.2. Turismo de aventura

6.3. Ecoturismo

6.4. Impactos socio-culturales del Turismo Alternativo.

**Criterios de evaluación:**

1) Evaluaciones parciales	40%
2) Tareas y participación	30%
3) Evaluación final	30%
	100%

**Estrategias de enseñanza:**

Con docente:

- Clase expositiva y demostrativa
- Exposición de investigaciones y experiencias
- Dinámicas grupales

De estudio independiente:

- Realizar investigaciones
- Análisis de casos, ensayos
- Lecturas recomendadas

**Instalaciones y equipo especial:**

- Aula
- Proyector

**Recursos y tecnologías de la información:**

- Cañón.
- Internet.

**Perfil Idóneo del docente:**

- a. Nivel Educativo: Licenciatura.
- b. Área de conocimiento: Administración, Ciencias Sociales y Derecho.
- c. Campo laboral y profesional: Administración de empresas turísticas mínimo 1 año.
- d. Experiencia docente: 2 años a nivel Licenciatura.

**Orientaciones bibliográficas:**

- Vogeler, C. y Hernández, E. (2018). Introducción al turismo: análisis y estructura. España. Ed. Centro de estudios Ramón Areces.
- Feijoó, J. (2020). Fundamentos de turismo: nuevo enfoque en el siglo XXI. Argentina. Ugerman.
- Fernández, M. y Barceló, A. (2021). Nuevos retos del patrimonio cultural: comunicación, educación y turismo. España. Ed. Dykinson S.L.
- Moreno, M. (2020). Marketing turístico: Fundamentos y dirección. España. Ed. Pirámide.
- *secretaría de turismo.* (01 de 01 de 2022). Obtenido de secretaria de turismo: <https://www.gob.mx/sectur>



**Plan de Estudios:**  
**Licenciatura en Gestión de Negocios**  
**Programa de asignatura**

Asignatura: Optativa III: Taller de diseño en internet.

Semestre: Quinto

Modalidad: Escolar (Presencial)

Clave de la asignatura: 0410507-4

Clave de la asignatura seriada: n

Duración total en horas:	112	Horas totales docente:	64	Horas totales de estudio independiente:	48	Créditos:	7
--------------------------	-----	------------------------	----	---	----	-----------	---

**Objetivo de la asignatura:**

Analizar la operatividad del Internet y la world wide web, para crear páginas de Internet a través del lenguaje de programación HTML, que sirvan como una herramienta de comunicación promocional para los negocios.

**Contenido temático:**

**I. Internet.**

- 1.1. Historia de Internet
- 1.2. Estructura de los servicios de Internet.
- 1.3. Protocolos.
- 1.4. Servicios de Internet y su categorización

**II. Comunicación.**

- 2.1. Recuperación de información.
- 2.2. Búsqueda de información.
- 2.3. Interacción en aplicaciones

**III. Historia y crecimiento la word wide web (www)**

- 3.1. Usos y servicios del www.
- 3.2. Conceptos y elementos básicos del www.
- 3.3. Hipertexto.
- 3.4. Hipermedia.
- 3.5. Hiperenlace.
- 3.6. HTML (HyperText Markup Language).
- 3.7. URL (Uniform RSource Locator).
- 3.8. Cliente (Lector, Browser).
- 3.9. HTTP (HyperText Transfer Protocol).
- 3.10. Funcionamiento del www

**IV. Como proveer información en el WWW.**

- 4.1. Medios para proveer Información.
- 4.2. Roles en la creación de páginas.

**V. Formas de creación de páginas para el WWW.**

- 5.1. Conceptos básicos de editores para HTML.
- 5.2. Características de los convertidores.
- 5.3. Programación extensiva.

**VI. Características y conceptos de programación en HTML.**

- 6.1. Elementos del HTML.
- 6.2. Usos de parámetros.
- 6.3. Extensiones de HTML.
- 6.4. Consideraciones en el uso de elementos de HTML.
- 6.5. Uso de caracteres especiales.

**VII. Estructura básica de documentos en HTML.**

- 7.1. Cómo crear un primer documento en HTML.
- 7.2. Encabezado de información.

**VIII. Elementos de encabezado de Información.**

- 8.1. Cuerpo del documento
- 8.2. Atributos del cuerpo.
- 8.3. Códigos para los colores en HTML.
- 8.4. Elementos de bloques
- 8.5. Fines de línea y de párrafos.
- 8.6. Reglas horizontales.

**IX. Secciones y alineamiento.**

- 9.1. Direcciones.
- 9.2. Texto preformatado.
- 9.3. Listas (no ordenadas, ordenadas, de definición y listas anidadas).
- 9.4. Tablas.
- 9.5. Cómo “flotar” texto alrededor de una tabla.
- 9.6. Colores de fondo en tablas.

**X. Elementos de texto.**

- 10.1. Formatos de carácter lógicos.
- 10.2. Formatos carácter físicos.
- 10.3. Comentarios y anotaciones dentro del documento.

**XI. Hiperenlaces.**

- 11.1. URL's
- 11.2. Sintaxis general.
- 11.3. Tipos de URLs.
- 11.4. Formato de URL para http.
- 11.5. Uso de hiperenlaces en páginas.
- 11.6. A otro servidor y/o protocolo.
- 11.7. A otro documento en el mismo servidor.
- 11.8. A un punto en el mismo documento.
- 11.9. Al correo electrónico.

**XII. Imágenes**

- 12.1. Inserción de imágenes en documentos.

- 12.2. Imágenes como hiperenlaces.
- 12.3. Conceptos básicos y características de las imágenes.
- 12.4. Formatos recomendados de imágenes para el web y ejemplos.
- 12.5. Diseño de imagen visual para la web

**XIII. Definición de frames.**

- 13.1. Base técnica.
- 13.2. Definición de frames en documentos.
- 13.3. El elemento FRAMESET.
- 13.4. Atributos ROWS.
- 13.5. Atributos COLS.

**XIV. El elemento FRAME.**

- 14.1. Atributo scr.
- 14.2. Atributo name.
- 14.3. Atributo marginwidth.
- 14.4. Atributo marginheight.
- 14.5. Scrolling.
- 14.6. Noresize.
- 14.7. El atributo TARGET.

**XV. Implementación de frames.**

- 15.1. Documento de definición de los frames.
- 15.2. Documentos HTML de cada frame.
- 15.3. Alternativa para los navegadores que no soportan frames.
- 15.4. Atributos de la etiqueta FRAMESET.
- 15.5. Frames sin bordes.
- 15.6. Atributos de la etiqueta FRAME.
- 15.7. El atributo TARGET.
- 15.8. Frames animados dentro de otros frames

**XVI. Diseño de una página electrónica**

- 16.1. Metáfora y signos.
- 16.2. Diagrama de navegación.
- 16.3. Evaluación de la imagen visual.
- 16.4. Producción.
- 16.5. Mantenimiento y evaluación

**XVII. Promoción de páginas electrónicas en los motores de búsqueda de información en el web.**

- 17.1. Motores de búsqueda en español.
- 17.2. Motores de búsqueda en inglés

**XVIII. Programación de páginas.**

- 18.1. Diseño gráfico.
- 18.2. Diseño de interfaz

**Criterios de evaluación:**

1) Evaluaciones parciales	40%
2) Tareas y participación	30%
3) Evaluación final	30%
	100%

**Estrategias de enseñanza:**

Con docente:

- Clase expositiva y demostrativa
- Exposición de investigaciones y experiencias
- Dinámicas grupales

De estudio independiente:

- Realizar investigaciones
- Análisis de casos, ensayos
- Lecturas recomendadas

**Instalaciones y equipo especial:**

- Aula
- Proyector

**Recursos y tecnologías de la información:**

- Cañón.
- Internet.

**Perfil Idóneo del docente:**

- a. Nivel Educativo: Ingeniería.
- b. Área de conocimiento: Ingeniería, Ciencias exactas y TIC
- c. Campo laboral y profesional: Experiencia en gerencia o dirección en áreas de informática, de tecnología de la información, de desarrollo web o en área relacionada o poseer diploma de especialidad.
- d. Experiencia docente: 2 años a nivel Licenciatura.

**Orientaciones bibliográficas:**

- Martínez, X. (2019), Diseño de páginas wordpress para todos los públicos. España: Ed. UOC.

- Gutiérrez, D. (2017). Comercio electrónico: creación y protección de un sitio web. Colombia: Ed. UNAULA.
- Velázquez, I. (2019). Creación de sitios web. Argentina: Ed. SixEdiciones.
- Luna, F., Peña, C. y Iacono, M. (2018). Programación web full stack 11- Diseño web responsive: Desarrollo frontend y backend-Curso virtual y práctico. España. Ed. USERS.
- Pérez, J. (2018). La World Wide Web e internet. Factores de cambio y constantes transformaciones. España: Ed. GRIN, Verlag



**UNIVERSIDAD  
MODELO**

**Plan de Estudios:  
Licenciatura en Gestión de Negocios  
Programa de asignatura**

Asignatura: Optativa III: Canales de Distribución.

Semestre: Quinto

Modalidad: Escolar (Presencial)

Clave de la asignatura: 0410507-5

Clave de la asignatura seriada: n

Duración total en horas:	112	Horas totales docente:	64	Horas totales de estudio independiente:	48	Créditos:	7
--------------------------	-----	------------------------	----	---	----	-----------	---

**Objetivo de la asignatura:**

Implementar una estrategia de mercado competitiva según los objetivos comerciales de los canales de distribución, ya sea en un fabricante, intermediario mayorista o comerciante al detalle.

**Contenido temático:**

**I. Funciones de Distribución**

- 1.1. Diferencia entre Retailing y Distribución Comercial
- 1.2. Funciones de la Distribución
- 1.3. Protagonistas y Flujos del canal

**II. Diseño y Elección del canal de distribución**

- 2.1. Alternativas del canal
- 2.2. Tipos de Distribución según naturaleza del producto
- 2.3. Método Compensatorio
- 2.4. Método No compensatorio

**III. Relaciones internas del canal de distribución**

- 3.1. Estrategia de empuje
- 3.2. Estrategia de jalar
- 3.3. Estrategia mixta

**IV. Formatos para la distribución**

- 4.1. Identificar los factores que influyen en la clasificación del formato a usar
- 4.2. Formatos comerciales mayoristas
- 4.3. Formatos comerciales minoristas

**V. Comportamiento del consumidor**

- 5.1. Proceso de selección de establecimiento
- 5.2. Factores de influencia en el proceso de compra

**VI. Aspectos éticos y legales del comercio minorista**

- 6.1. Prácticas de venta minorista
- 6.2. Valor ético de las prácticas minoristas

**VII. Localización**

- 7.1. Tipos de área de mercado
- 7.2. Modelos de determinación de áreas comerciales
- 7.3. Factores que influyen en la localización del punto de venta

**VIII. Merchandising**

- 8.1. Funciones de merchandising
- 8.2. Diferenciación de merchandising de surtido, de gestión y de relación
- 8.3. Técnicas de merchandising en el exterior e interior del punto de venta

**IX. Servicio al cliente en el comercio minorista**

- 9.1. Trascendencia del servicio al cliente en el comercio minorista
- 9.2. Criterios de evaluación de las estrategias minoristas
- 9.3. Gestión y dirección minorista

**Criterios de evaluación:**

1) Evaluaciones parciales	40%
2) Tareas y participación	30%
3) Evaluación final	30%
	100%

**Estrategias de enseñanza:**

Con docente:

- Clase expositiva y demostrativa
- Exposición de investigaciones y experiencias
- Dinámicas grupales

De estudio independiente:

- Realizar investigaciones
- Análisis de casos, ensayos
- Lecturas recomendadas

**Instalaciones y equipo especial:**

- Aula
- Proyector

**Recursos y tecnologías de la información:**

- Cañón.
- Internet.

**Perfil Idóneo del docente:**

- a. Nivel Educativo: Ingeniería.
- b. Área de conocimiento: Ingeniería, Ciencias exactas y TIC
- c. Campo laboral y profesional: Experiencia mínima de un año, a nivel gerencia o dirección en áreas administrativas, de producción, de distribución o en área relacionada o poseer diploma de especialidad
- d. Experiencia docente: 2 años a nivel Licenciatura.

**Orientaciones bibliográficas:**

- Sieira, M. y Ponzoa, J. (2018). Mk retail del comercio presencial al e-commerce. Marketing de la distribución. España: Ed. ESIC.
- Eslava, A. (2017). Canales de distribución logístico-comerciales. Colombia: Ed. De la U.
- Paz, H. (2021). Canales de distribución: gestión comercial y logística. España. Ed. Ugerman.
- López, A. (2017). Distribución y trade marketing: una realidad estratégica de gestión del consumidor final, para el beneficio común entre fabricante e intermediarios. España. Ed. ESIC.
- Izquierdo, F., Salah, Ahmed y Verdú, F. (2018). Gestión administrativa del proceso comercial. España. Ed. IC.



**Plan de Estudios:**  
**Licenciatura en Gestión de Negocios**  
**Programa de asignatura**

**UNIVERSIDAD  
MODELO  
VALLADOLID**

Asignatura: Optativa III: Psicología organizacional.

Semestre: Quinto

Modalidad: Escolar (Presencial)

Clave de la asignatura: 0410507-6

Clave de la asignatura seriada: n

Duración total en horas:	112	Horas totales docente:	64	Horas totales de estudio independiente:	48	Créditos:	7
--------------------------	-----	------------------------	----	---	----	-----------	---

**Objetivo de la asignatura:**

Analizar la psicología organizacional y su función para la administración de la motivación, el liderazgo, el conflicto y la negociación, a través de una cultura organizacional idónea.

**Contenido temático:**

**I. Trabajo: Fenómeno psicosocial**

- 1.1. Definición de trabajo
- 1.2. Fines del trabajo
- 1.3. Implicaciones positivas y negativas del trabajo
- 1.4. Alcances del trabajo a nivel individual y organizacional

**II. La psicología organizacional**

- 2.1. Introducción: concepto
- 2.2. Disciplinas que contribuyen al campo de la psicología organizacional
- 2.3. La labor de los gerentes
- 2.4. Retos y oportunidades para el desarrollo organizacional

**III. Principios fundamentales.**

- 3.1. Métodos de la Psicología laboral – organizacional
- 3.2. Prácticas de la Psicología laboral- organizacional
- 3.3. Problemas de la Psicología laboral – organizacional

**IV. La importancia de los valores.**

- 4.1. 4.1 Valores, lealtad y comportamiento ético
- 4.2. 4.2 Lealtad: concepto y aplicación

**V. Fuentes de actitudes y tipos de actitudes.**

- 5.1. 5.1 Las actitudes y la diversidad de la fuerza laboral
- 5.2. 5.2 Diversidad de la fuerza laboral

- VI. Medición de la satisfacción en el trabajo.**
  - 6.1.6.1 El efecto de la satisfacción en el trabajo sobre el desempeño del empleado
  - 6.2.6.2 Evaluación de desempeño del trabajador
- VII. La motivación: de los conceptos a las aplicaciones.**
  - 7.1 La administración por objetivos
  - 7.2 Programas de reconocimiento del empleado
  - 7.3 Programas de participación del empleado
- VIII. Programas de paga variables.**
  - 8.1 Planes de pago por habilidades
  - 8.2 Prestaciones flexibles
- IX. Temas especiales sobre motivación**
  - 9.1 Capacitación
  - 9.2 Colocación
- X. Conceptualización de los equipos.**
  - 10.1. ¿Por qué los equipos se han vuelto tan populares?
  - 10.2. Equipos versus grupos
  - 10.3. Relación de los conceptos de grupo con el desarrollo de equipos de alto desempeño.
  - 10.4. Transformación de los individuos en elementos de equipo
  - 10.5. Temas actuales sobre la administración de los equipos
- XI. Integración de equipos de trabajo**
  - 11.1 Necesidades sociales
  - 11.2 Etapas en la vida de los equipos
  - 11.3 Técnicas de trabajo en equipo
  - 11.4 Estilos de trabajo en equipo
- XII. Toma de decisiones en grupo**
  - 12.1 Factores que influyen
  - 12.1 Estrategias de intervención
- XIII. Funciones de la comunicación.**
  - 13.1. El proceso de la comunicación
  - 13.2. Bases de la comunicación
  - 13.3. Las comunicaciones eficaces en organizaciones líderes
- XIV. La importancia de la comunicación**
  - 14.1. La expresividad y la cultura
  - 14.2. La comunicación en las relaciones
  - 14.3. La comunicación verbal
  - 14.4. La comunicación no verbal
  - 14.5. La comunicación en las relaciones
- XV. Definición de Liderazgo**
  - 15.1 Transición en las teorías del liderazgo
  - 15.2 Teorías de las características
  - 15.3 Teorías del comportamiento
  - 15.4 Teorías de las contingencias
  - 15.5 Los planteamientos más recientes del liderazgo
- XVI. Temas contemporáneos sobre liderazgo**

- 16.1 Rol del líder
- 16.2 Actitudes y valores del líder
- 16.3 Funciones del líder

**XVII. Conflicto**

- 17.1 Transiciones en las ideas sobre el conflicto
- 17.2 El conflicto funcional versus el disfuncional
- 17.3 El proceso del conflicto

**XVIII. Negociación**

- 18.1. Mediación
- 18.2. Acuerdos

**XIX. Relaciones intergrupales**

- 19.1. Mediación y liderazgo
- 19.2. Solución de conflictos

**XX. Estructura organizacional**

- 20.1. Diseños organizacionales más comunes
- 20.2. Nuevas opciones de diseño
- 20.3. ¿Por qué difieren las estructuras?
- 20.4. Los diseños organizacionales y el comportamiento del empleado

**XXI. Identidad de las organizaciones**

- 21.1. Tipos de organizaciones
- 21.2. Contradicción
- 21.3. Conflicto
- 21.4. Cambio

**XXII. La Institucionalización: un antecesor de la cultura.**

- 22.1. Definir cultura organizacional
- 22.2. Influencia de la cultura en los contextos organizacionales
- 22.3. La creación y el sostenimiento de una cultura
- 22.4. Cómo aprenden la cultura los empleados

**XXIII. Cultura organizacional**

- 23.1. Condiciones
- 23.2. Medio ambiente
- 23.3. Condiciones de trabajo: físicas, temporales y psicológicas.

**Criterios de evaluación:**

1) Evaluaciones parciales	40%
2) Tareas y participación	30%
3) Evaluación final	30%
	100%

### **Estrategias de enseñanza:**

Con docente:

- Clase expositiva y demostrativa
- Exposición de investigaciones y experiencias
- Dinámicas grupales

De estudio independiente:

- Realizar investigaciones
- Análisis de casos, ensayos
- Lecturas recomendadas

### **Instalaciones y equipo especial:**

- Aula
- Proyector

### **Recursos y tecnologías de la información:**

- Cañón.
- Internet.

### **Perfil Idóneo del docente:**

- a. Nivel Educativo: Licenciatura
- b. Área de conocimiento: Administración, Ciencias Sociales y Derecho.
- c. Campo laboral y profesional: Experiencia mínima de un año en Psicología organizacional, especialidad en Recursos Humanos.
- d. Experiencia docente: 2 años a nivel Licenciatura.

### **Orientaciones bibliográficas:**

- Uribe, J. (2017). Psicología del trabajo: un entorno de factores psicosociales saludables para la productividad. México: Ed. El Manual Moderno.
- Hernández, J. (2017). Desarrollo organizacional. Teoría, prácticas y casos. México: Pearson.
- Ortega, A. (2018). Cápsulas de psicología organizacional. Reflexiones desde la investigación y el diagnóstico en las organizaciones. España. Ed. Plaza y Valdés.
- Molero, F., Lois, D., García, C. y Gómez, A. (2019). Psicología de los grupos. España. Ed. Universidad Nacional de Educación a Distancia.
- Aguilar, G. (2018). El trabajo en México. México. Ed. Miguel ángel Porrúa



**Plan de Estudios:**  
**Licenciatura en Gestión de Negocios**  
**Programa de asignatura**

**UNIVERSIDAD  
MODELO  
VALLADOLID**

Asignatura: Optativa III: Cultura Física.

Semestre: Quinto

Modalidad: Escolar (Presencial)

Clave de la asignatura: 0410507-7

Clave de la asignatura seriada: n

Duración total en horas:	112	Horas totales docente:	64	Horas totales de estudio independiente:	48	Créditos:	7
--------------------------	-----	------------------------	----	---	----	-----------	---

**Objetivo de la asignatura:**

Establecer las bases de la cultura física como ciencia en el área del movimiento humano.

**Contenido temático:**

**I. Introducción**

- 1.1. Cultura Física
- 1.2. Educación física
- 1.3. Actividad Física
- 1.4. Ejercicio Físico
- 1.5. Deporte
- 1.6. Condición Física

**II. La cultura Física en el país.**

- 2.1. La ley general de cultura física y deporte
- 2.2. El Plan nacional de Cultura Física y deporte.

**III. La Educación Física**

- 3.1. Objetivos de la educación física
- 3.2. Campo de trabajo de la Educación Física
- 3.3. Alcances y límites de la educación física

**IV. La Recreación**

- 4.1. Objetivos de la recreación
- 4.2. Campo de trabajo en la recreación
- 4.3. Alcances y límites de la recreación.

**V. El Entrenamiento Deportivo**

- 5.1. Objetivos del Entrenamiento Deportivo
- 5.2. Campo de trabajo del entrenador deportivo

5.3. Alcances y límites del entrenamiento deportivo.

**VI. La Cultura Física Terapéutica**

- 6.1. La Medicina del Deporte
- 6.2. La Fisioterapia en el deporte
- 6.3. La Psicología del deporte
- 6.4. La Nutrición del deporte

**VII. Guía manténgase activo a su manera**

- 7.1. Como iniciar un programa de actividad física
- 7.2. Como lograr que la actividad física forme parte de su vida
- 7.3. Como mantener y aumentar el programa de actividad física
- 7.4. Como mantenerse activo toda la vida.

**VIII. Recomendaciones de Actividad Física para la salud por grupos de edad.**

- 8.1. Actividad física en niños y adolescentes
- 8.2. Actividad física en Adultos.
- 8.3. Actividad física en Adultos Mayores.

**Criterios de evaluación:**

1) Evaluaciones parciales	40%
2) Tareas y participación	30%
3) Evaluación final	30%
	100%

**Estrategias de enseñanza:**

Con docente:

- Clase expositiva y demostrativa
- Exposición de investigaciones y experiencias
- Dinámicas grupales

De estudio independiente:

- Realizar investigaciones
- Análisis de casos, ensayos
- Lecturas recomendadas

**Instalaciones y equipo especial:**

- Aula
- Proyector

**Recursos y tecnologías de la información:**

- Cañón.
- Internet.

**Perfil Idóneo del docente:**

- a. Nivel Educativo: Licenciatura
- b. Área de conocimiento: Ciencias de la Salud.
- c. Campo laboral y profesional: Experiencia 1 año en el área de las ciencias del movimiento humano
- d. Experiencia docente: 2 años a nivel Licenciatura.

**Orientaciones bibliográficas:**

- Vargas, J. (2019) Educación Física: Adolescentes en acción. México. Editorial Preludio.
- García, M. (2017) Técnicos deportivos. México. Editorial Comares.
- Blázquez, D. (2021). La educación física. México. Ed. INDE.
- Mestre, J.y Rodríguez, G. (2021). El gestor deportivo y las instalaciones deportivas. México. Ed. INDE.
- Zhelyazkov, T. (2018). Bases del entrenamiento deportivo. España. Ed. Paidotribo.



**Plan de Estudios:**  
**Licenciatura en Gestión de Negocios**  
**Programa de asignatura**

Asignatura: Optativa III: Taller de diseño en internet.

Semestre: Quinto

Modalidad: Escolar (Presencial)

Clave de la asignatura: 0410507-8

Clave de la asignatura seriada: n

Duración total en horas:	112	Horas totales docente:	64	Horas totales de estudio independiente:	48	Créditos:	7
--------------------------	-----	------------------------	----	---	----	-----------	---

**Objetivo de la asignatura:**

Analizar la operatividad del Internet y la world wide web, para crear páginas de Internet a través del lenguaje de programación HTML, que sirvan como una herramienta de comunicación promocional para los negocios.

**Contenido temático:**

- I. Internet.**
  - 1.1. Historia de Internet
  - 1.2. Estructura de los servicios de Internet.
  - 1.3. Protocolos.
  - 1.4. Servicios de Internet y su categorización
- II. Comunicación.**
  - 2.1. Recuperación de información.
  - 2.2. Búsqueda de información.
  - 2.3. Interacción en aplicaciones
- III. Historia y crecimiento la word wide web (www)**
  - 3.1. Usos y servicios del www.
  - 3.2. Conceptos y elementos básicos del www.
  - 3.3. Hipertexto.
  - 3.4. Hipermedia.
  - 3.5. Hiperenlace.
  - 3.6. HTML (HyperText Markup Language).
  - 3.7. URL (Uniform RSource Locator).
  - 3.8. Cliente (Lector, Browser).
  - 3.9. HTTP (HyperText Transfer Protocol).
  - 3.10. Funcionamiento del www

**IV. Como proveer información en el WWW.**

- 4.1. Medios para proveer Información.
- 4.2. Roles en la creación de páginas.

**V. Formas de creación de páginas para el WWW.**

- 5.1. Conceptos básicos de editores para HTML.
- 5.2. Características de los convertidores.
- 5.3. Programación extensiva.

**VI. Características y conceptos de programación en HTML.**

- 6.1. Elementos del HTML.
- 6.2. Usos de parámetros.
- 6.3. Extensiones de HTML.
- 6.4. Consideraciones en el uso de elementos de HTML.
- 6.5. Uso de caracteres especiales.

**VII. Estructura básica de documentos en HTML.**

- 7.1. Cómo crear un primer documento en HTML.
- 7.2. Encabezado de información.

**VIII. Elementos de encabezado de Información.**

- 8.1. Cuerpo del documento
- 8.2. Atributos del cuerpo.
- 8.3. Códigos para los colores en HTML.
- 8.4. Elementos de bloques
- 8.5. Fines de línea y de párrafos.
- 8.6. Reglas horizontales.

**IX. Secciones y alineamiento.**

- 9.1. Direcciones.
- 9.2. Texto preformatado.
- 9.3. Listas (no ordenadas, ordenadas, de definición y listas anidadas).
- 9.4. Tablas.
- 9.5. Cómo “flotar” texto alrededor de una tabla.
- 9.6. Colores de fondo en tablas.

**X. Elementos de texto.**

- 10.1. Formatos de carácter lógicos.
- 10.2. Formatos carácter físicos.
- 10.3. Comentarios y anotaciones dentro del documento.

**XI. Hiperenlaces.**

- 11.1. URL's
- 11.2. Sintaxis general.
- 11.3. Tipos de URLs.
- 11.4. Formato de URL para http.
- 11.5. Uso de hiperenlaces en páginas.
- 11.6. A otro servidor y/o protocolo.
- 11.7. A otro documento en el mismo servidor.
- 11.8. A un punto en el mismo documento.
- 11.9. Al correo electrónico.

**XII. Imágenes**

- 12.1. Inserción de imágenes en documentos.

- 12.2. Imágenes como hiperenlaces.
- 12.3. Conceptos básicos y características de las imágenes.
- 12.4. Formatos recomendados de imágenes para el web y ejemplos.
- 12.5. Diseño de imagen visual para la web

**XIII. Definición de frames.**

- 13.1. Base técnica.
- 13.2. Definición de frames en documentos.
- 13.3. El elemento FRAMESET.
- 13.4. Atributos ROWS.
- 13.5. Atributos COLS.

**XIV. El elemento FRAME.**

- 14.1. Atributo scr.
- 14.2. Atributo name.
- 14.3. Atributo marginwidth.
- 14.4. Atributo marginheight.
- 14.5. Scrolling.
- 14.6. Noresize.
- 14.7. El atributo TARGET.

**XV. Implementación de frames.**

- 15.1. Documento de definición de los frames.
- 15.2. Documentos HTML de cada frame.
- 15.3. Alternativa para los navegadores que no soportan frames.
- 15.4. Atributos de la etiqueta FRAMESET.
- 15.5. Frames sin bordes.
- 15.6. Atributos de la etiqueta FRAME.
- 15.7. El atributo TARGET.
- 15.8. Frames animados dentro de otros frames

**XVI. Diseño de una página electrónica**

- 16.1. Metáfora y signos.
- 16.2. Diagrama de navegación.
- 16.3. Evaluación de la imagen visual.
- 16.4. Producción.
- 16.5. Mantenimiento y evaluación

**XVII. Promoción de páginas electrónicas en los motores de búsqueda de información en el web.**

- 17.1. Motores de búsqueda en español.
- 17.2. Motores de búsqueda en inglés

**XVIII. Programación de páginas.**

- 18.1. Diseño gráfico.
- 18.2. Diseño de interfaz

**Criterios de evaluación:**

1) Evaluaciones parciales	40%
2) Tareas y participación	30%
3) Evaluación final	30%
	100%

**Estrategias de enseñanza:**

Con docente:

- Clase expositiva y demostrativa
- Exposición de investigaciones y experiencias
- Dinámicas grupales

De estudio independiente:

- Realizar investigaciones
- Análisis de casos, ensayos
- Lecturas recomendadas

**Instalaciones y equipo especial:**

- Aula
- Proyector

**Recursos y tecnologías de la información:**

- Cañón.
- Internet.

**Perfil Idóneo del docente:**

- a. Nivel Educativo: Ingeniería.
- b. Área de conocimiento: Ingeniería, Ciencias exactas y TIC
- c. Campo laboral y profesional: Experiencia en gerencia o dirección en áreas de informática, de tecnología de la información, de desarrollo web o en área relacionada o poseer diploma de especialidad.
- d. Experiencia docente: 2 años a nivel Licenciatura.

**Orientaciones bibliográficas:**

- Martínez, X. (2019), Diseño de páginas wordpress para todos los públicos. España: Ed. UOC.

- Gutiérrez, D. (2017). Comercio electrónico: creación y protección de un sitio web. Colombia: Ed. UNAULA.
- Velázquez, I. (2019). Creación de sitios web. Argentina: Ed. SixEdiciones.
- Luna, F., Peña, C. y Iacono, M. (2018). Programación web full stack 11- Diseño web responsive: Desarrollo frontend y backend-Curso virtual y práctico. España. Ed. USERS.
- Pérez, J. (2018). La World Wide Web e internet. Factores de cambio y constantes transformaciones. España: Ed. GRIN, Verlag



**UNIVERSIDAD  
MODELO  
VALLADOLID**

**Plan de Estudios:  
Licenciatura en Gestión de Negocios  
Programa de asignatura**

Asignatura: Optativa III: Estado y democracia

Semestre: Quinto

Modalidad: Escolar (Presencial)

Clave de la asignatura: 0410507-9

Clave de la asignatura seriada: n

Duración total en horas:	112	Horas totales docente:	64	Horas totales de estudio independiente:	48	Créditos:	7
--------------------------	-----	------------------------	----	---	----	-----------	---

**Objetivo de la asignatura:**

Comprender la interacción que existe entre los diversos elementos del Estado, su naturaleza, la división de poderes y cómo se han desarrollado las diversas formas de gobierno, mediante el análisis del surgimiento y evolución del Estado democrático moderno, como base para la posterior articulación de contenidos sobre actores y procesos políticos en el mundo actual.

**Contenido temático:**

**I. Naturaleza, método de la teoría del Estado y formaciones previas al Estado**

- 1.1. Naturaleza de la teoría general del Estado
- 1.2. Objeto de la teoría del Estado: material y formal
- 1.3. Principales métodos utilizados para la teoría del Estado
- 1.4. Formaciones políticas: antecedentes del Estado
- 1.5. Formaciones políticas en la antigüedad
- 1.6. Formaciones políticas medievales
- 1.7. Surgimiento del Estado absolutista
- 1.8. Del Estado absolutista al Estado moderno

**II. Fundamentos del Estado moderno**

- 2.1. Fundamentos del Estado moderno y sus tratadistas
- 2.2. Condiciones que propician la aparición del Estado moderno
- 2.3. Elementos distintivos del Estado moderno
- 2.4. Importancia del pueblo en la configuración del Estado moderno: aproximaciones democráticas del Estado
- 2.5. Origen de la teoría de la representación política
- 2.6. Separación de la Iglesia y el Estado Moderno

### **III. El Estado: Funciones, estructura y formas de Gobierno**

- 3.1. Funciones y estructura
- 3.2. Personalidad del Estado
- 3.3. Elementos esenciales y modales (territorio, pueblo, poder político y soberanía)
- 3.4. Estructura jurídica del Estado
- 3.5. Funciones y los poderes del Estado
- 3.6. Estados simples y compuestos
- 3.7. Formas de Gobierno
- 3.8. Concepto de formas de Gobierno
- 3.9. Distinción de las formas de Estado y formas de gobierno
- 3.10. Teorías de las formas de gobierno
- 3.11. Formas de gobierno moderno
- 3.12. La monarquía, la república, el sistema parlamentario, el sistema dictatorial y el presidencial
- 3.13. Democracia y Estado
- 3.14. Tendencias actuales de las formas de gobierno
- 3.15. Presidencialismo
- 3.16. Parlamentarismo
- 3.17. Semipresidencialismo
- 3.18. Tendencias a la parlamentarización de los gobiernos
- 3.19. Los gobiernos de coalición

### **IV. Organización del Estado por sus funciones**

- 4.1. Los órganos del Estado: mediatos e inmediatos
- 4.2. Teorías sobre la división de poderes (ejecutivo, legislativo, judicial)
- 4.3. Teoría de los órganos autónomos
- 4.4. Teoría del control del poder político

### **V. Formas, fines y justificación del Estado**

- 5.1. Importancia de la existencia del Estado
- 5.2. Fines del Estado y su clasificación
- 5.3. Justificación del Estado
- 5.4. Importancia del Estado en el mundo globalizado

#### **Criterios de evaluación:**

1) Evaluaciones parciales	40%
2) Tareas y participación	30%
3) Evaluación final	30%
	100%

### **Estrategias de enseñanza:**

- Con docente:
- Clase expositiva y demostrativa
  - Exposición de investigaciones y experiencias
  - Dinámicas grupales
- De estudio independiente:
- Realizar investigaciones
  - Análisis de casos, ensayos
  - Lecturas recomendadas

### **Instalaciones y equipo especial:**

- Aula

### **Recursos y tecnologías de la información:**

- Cañón
- Computadora
- Internet

### **Perfil Idóneo del docente:**

- a. Nivel Educativo: Licenciatura
- b. Área de conocimiento: Ciencias sociales, administración y derecho
- c. Campo laboral y profesional: 2 años en el sector público o privado en temas relacionados con economía, finanzas y/o actuaria
- d. Experiencia docente: 2 años en licenciatura

### **Orientaciones bibliográficas:**

- Blanchard, O. (2019). Macroeconomics. México. Editorial: Pearson Prentice Hall.
- Cuesta González, M., & Pampillon Fernandez, F., & Ruza y Paz-Curbera, C., & Vazquez Oteo, O., & Bustarviejo Herrera, A. (2017). Sistema financiero en perspectiva. Costa Rica. Editorial: UNED - Universidad Nacional de Educación a Distancia.
- Krugman, P. Wells, R. (2016). Macroeconomía (3<sup>a</sup> edición). España: Ed. Reverté.
- Gregory, N. (2020). Macroeconomía (10<sup>a</sup> edición). España: Ed: Antoni Bosch
- Gómez, J. (2019). Economía y política. España. Ed. Universidad Nacional de Educación a Distancia



**Plan de Estudios:**  
**Licenciatura en Gestión de Negocios**  
**Programa de asignatura**

Asignatura: Optativa III: Aprovisionamiento.

Semestre: Quinto

Modalidad: Escolar (Presencial)

Clave de la asignatura: 0410507-10

Clave de la asignatura seriada: n

Duración total en horas:	112	Horas totales docente:	64	Horas totales de estudio independiente:	48	Créditos:	7
--------------------------	-----	------------------------	----	---	----	-----------	---

**Objetivo de la asignatura:**

Planificar los procesos operativos que tienen lugar en el área de aprovisionamiento, para asegurar la total satisfacción de todas las partes interesadas en la cadena de suministros.

**Contenido temático:**

**I. El aprovisionamiento**

- 1.1. La empresa: funciones y organización
- 1.2. El departamento de compras
- 1.3. Aprovisionamiento y compras
- 1.4. Necesidades de aprovisionamiento
- 1.5. Productos y materiales
- 1.6. Circuito y flujo de materiales

**II. El proceso de compras**

- 2.1. El proceso de compras
- 2.2. Planificación de las compras
- 2.3. Análisis de las necesidades
- 2.4. Solicitud de ofertas y presupuesto
- 2.5. Cálculo de presupuestos

**III. Selección del proveedor**

- 3.1. Evaluación de las ofertas
- 3.2. Criterios de valoración
- 3.3. Selección del proveedor
- 3.4. Negociación de las condiciones

**IV. Legalización de la compra**

- 4.1. El contrato de compraventa
- 4.2. Elementos del contrato
- 4.3. Contenido del contrato
- 4.4. Obligaciones de las partes
- 4.5. Contrato de ventas especiales
- 4.6. Contrato de servicios y afines

**V. Pedido y entrega de mercancías**

- 5.1. Justificantes y documentos
- 5.2. El pedido.
- 5.3. Impreso del pedido
- 5.4. El albarán o nota de entrega de mercancías
- 5.5. Registro y control de la mercancía

**VI. La factura y otros documentos**

- 6.1. La factura: contenido y requisitos
- 6.2. El IVA y el RE en la factura
- 6.3. Cálculo del importe de la factura
- 6.4. Otros documentos de compraventa

**VII. El pago de la compraventa**

- 7.1. Formas y medios de pago
- 7.2. El cheque
- 7.3. La letra de cambio
- 7.4. El pagaré
- 7.5. La transferencia bancaria
- 7.6. El recibo
- 7.7. Los costes del pago
- 7.8. Los libros obligatorios

**VIII. Tipos de transporte**

- 8.1. Tipos de transporte
- 8.2. Medios
- 8.3. Propiedad de los medios
- 8.4. Otras clasificaciones

**IX. Selección del tipo de transporte**

- 9.1. Selección del transporte
- 9.2. Criterios para la selección del tipo de transporte

**X. Planificación del transporte**

- 10.1. Nivel de servicio
- 10.2. Política de inventarios
- 10.3. Ubicación de los puntos de origen/destino
- 10.4. Comunicación

**XI. Tipos de vehículos**

- 11.1. Vehículos
- 11.2. Tipo de carga
- 11.3. Dimensiones

**XII. Módulos y sistemas de carga y descarga**

- 12.1. Rodillos accionados
- 12.2. Trampilla trasera elevadora

**XIII. Control y circuitos**

- 13.1. Sistemas actuales de gestión y control

**Criterios de evaluación:**

1) Evaluaciones parciales	40%
2) Tareas y participación	30%
3) Evaluación final	30%
	100%

**Estrategias de enseñanza:**

Con docente:

- Clase expositiva y demostrativa
- Exposición de investigaciones y experiencias
- Dinámicas grupales

De estudio independiente:

- Realizar investigaciones
- Análisis de casos, ensayos
- Lecturas recomendadas

**Instalaciones y equipo especial:**

- Aula
- Proyector

**Recursos y tecnologías de la información:**

- Cañón.
- Internet.

**Perfil Idóneo del docente:**

- a. Nivel Educativo: Licenciatura.
- b. Área de conocimiento: Administración, Ciencias Sociales y Derecho.
- c. Campo laboral y profesional: Contabilidad, Auditoria y Finanzas mínimo 1 año.
- d. Experiencia docente: 2 años a nivel Licenciatura.

### **Orientaciones bibliográficas:**

- Arias, D. y Minguela, B. (2018). Dirección de la producción y operaciones: decisiones operativas. España: Ed. Pirámide
- D' Alessio, F. (2018). Administración de las operaciones productivas: conceptos, casos y ejercicios razonados. México: Ed. Pearson.
- Galiana, J. (2018). Manual de gestión de compras para logísticos. España. Ed. Punto Rojo Libros S.L.
- López, R. (2021). Logística de aprovisionamiento 2a. Edición. España. Ed. Paraninfo.
- Escudero, M. (). Gestión logística y comercial 2a. Edición. España. Ed. Paraninfo.



**Plan de Estudios:**  
**Licenciatura en Gestión de Negocios**  
**Programa de asignatura**

**UNIVERSIDAD  
MODELO  
VALLADOLID**

Asignatura: Educación para la vida V

Semestre: Quinto

Modalidad: Escolar(Presencial)

Clave de la asignatura: 0410508

Clave de la asignatura seriada: n

Duración total en horas:	16	Horas totales docente:	16	Horas totales de estudio independiente:	0	Créditos	1
--------------------------	----	------------------------	----	---	---	----------	---

**Objetivo de la asignatura:**

Conocer las diversas estrategias y recursos disponibles para la optimización del bienestar integral del individuo.

**Contenido temático:**

**I. Amor a la vida.**

- 1.1. Vida y amor.
- 1.2. Mandatos sociales y familiares.
- 1.3. Sentido de la vida y responsabilidad personal.

**II. Pensamiento crítico.**

- 2.1. Lenguaje, concepto y definición.
- 2.2. Tipos y construcción de argumento.
- 2.3. Falacias.
- 2.4. Argumentación.
- 2.5. Mi pensamiento crítico y situaciones de riesgo.

**III. Responsabilidad social.**

- 3.1. Responsabilidad social.
- 3.2. Tipos de responsabilidad social.
- 3.3. Tu huella en este mundo.

### **Criterios de evaluación:**

1) Asistencia	40%
2) Infografía	30%
3) Evaluación de retroalimentación	30%
	100%

- Por reglamento se evaluará la materia como: aprobado o no aprobado.

### **Estrategias de enseñanza:**

Con docente:

- Clase expositiva y demostrativa
- Exposición de investigaciones y experiencias
- Dinámicas grupales

### **Instalaciones y equipo especial:**

- Aula.

### **Recursos y tecnologías de la información:**

- Cañón.
- Computadora.
- Internet.
- Sistemas de almacenamiento en la nube.

### **Perfil Idóneo del docente:**

- a. Nivel Educativo: Licenciatura.
- b. Área de conocimiento: Ciencias sociales, Administración y Derecho.
- c. Campo laboral y profesional: 2 años en el sector empresarial o de servicios.
- d. Experiencia docente: 2 años en licenciatura.

### **Orientaciones bibliográficas:**

- Bautista, Ó. (2017). Ética Pública: su vinculación con el gobierno. Instituto Nacional de Administración Pública.
- Correa, C. (2020). Dignidad humana, Derechos humanos y Derecho a la vida. Universidad Nacional Autónoma de México.
- Duch, I. (2004). Ideario Pedagógico de la Universidad Modelo. México: Universidad Modelo.
- López, M. (2017). Inteligencia Familiar. Una clave para la felicidad. Editorial Grijalba.

- Nieto, A. (2020). Curso de Responsabilidad Social Corporativa: Manual práctico de RSC y desarrollo sostenible. ENAE.
- Saiz, C. (2018). Pensamiento crítico y cambio. Difusora Larousse - Ediciones Pirámide.



**Plan de Estudios:  
Licenciatura en Gestión de Negocios  
Programa de asignatura**

**UNIVERSIDAD  
MODELO  
VALLADOLID**

Asignatura: Administración de pequeñas y medianas empresas.

Semestre: Sexto.

Modalidad: Escolar (Presencial)

Clave de la asignatura 0410601

Clave de la asignatura seriada: n

Duración total en horas:	112	Horas totales docente:	64	Horas totales de estudio independiente:	48	Créditos	7
--------------------------	-----	------------------------	----	---	----	----------	---

**Objetivo de la asignatura:**

Aplicar el proceso adecuado de dirección y control para el buen desempeño de la pequeña y mediana empresa, dada la naturaleza y características peculiares de ella.

**Contenido temático:**

**I. La importancia de la PyME**

- 1.1 La PyME en México
- 1.2 Perspectivas de la PyME
- 1.3 La PyME y los objetivos nacionales
- 1.4 La función de la PyME en el desarrollo
- 1.5 El perfil de la PyME en México
- 1.6 La situación actual de la PyME

**II. La Empresa y su entorno**

- 2.1 El concepto de la pequeña empresa
- 2.2 Clasificación de la pequeña empresa
- 2.3 Las interrelaciones entre pequeñas, medianas y grandes empresas
- 2.4 La empresa en el ambiente mexicano
- 2.5 Los problemas comunes de la pequeña empresa
- 2.6 Características de las PyME's
- 2.7 Razones para crear las PyME's
- 2.8 La economía global y las PyME's
- 2.9 El papel de las PyME's a nivel mundial

**III. La pequeña empresa latinoamericana (PELA)**

- 3.1 Comportamiento de la PELA
- 3.2 Análisis de las características de la PELA
- 3.3 Análisis del medioambiente interno de la PELA

3.4 Análisis del medio ambiente externo de la PELA

**IV. La pequeña empresa como factor del desarrollo**

- 4.1 La gran empresa
- 4.2 La empresa subcontratada y la maquiladora
- 4.3 La pequeña empresa
- 4.4 La red de la pequeña empresa
- 4.5 La microempresa

**V. Ventas y mercadotecnia**

- 5.1 Producto y política de ventas
- 5.2 Distribución adecuada del producto
- 5.3 Publicidad
- 5.4 Precios y política de precios
- 5.5 Administración de ventas
- 5.6 Investigación de mercados
- 5.7 Pronósticos y planeación de ventas

**VI. Producción**

- 6.1 Introducción
- 6.2 Planeación de producción
- 6.3 Lugar de trabajo y almacenamiento
- 6.4 Compra de materias primas
- 6.5 Manejo y control de materiales
- 6.6 Movimiento de materiales
- 6.7 El proceso productivo
- 6.8 Control de calidad
- 6.9 Mantenimiento
- 6.10 Productividad

**VII. Recursos humanos**

- 7.1 Introducción
- 7.2 Administración de recursos humanos
- 7.3 Relaciones laborales
- 7.4 Administración de sueldos y salarios
- 7.5 Supervisión y control
- 7.6 Retiro

**VIII. Contabilidad y finanzas**

- 8.1 Introducción a la contabilidad
- 8.2 Ciclo contable
- 8.3 Financiamiento

**IX. Emprendedores y propietarios de la PyME**

- 9.1 El mundo de emprendedor
- 9.2 La fragmentación del empresario
- 9.3 Tipología de emprendedores, PyME y propietarios – dirigentes de PyME

**X. Estrategia, estructura y cultura de la PyME**

- 10.1 La gestión de la pequeña empresa es un asunto específico.
- 10.2 Conceptos específicos de la política general
- 10.3 Estudio de casos

**XI. El trabajo del director general en la PyME**

- 11.1 El trabajo de la dirección general en la PyME

- 11.2 Características del trabajo del director general en la PyME
- 11.3 La formulación de una estrategia competitiva como producto del trabajo del directivo
- 11.4 Elementos de análisis para formular la estrategia competitiva de una PyME
- 11.5 Alternativas estratégicas
- 11.6 Actores y fines de las estrategias empresariales, una reflexión desde las PyME's

**XII. Taxonomía de las aspiraciones laborales del propietario / directivo de la PyME**

**XIII. Impacto de las redes personales del empresario en la PyME**

- 13.1 Estudio empírico sobre la competitividad de la PyME

**XIV. Naturaleza de la empresa familiar**

- 14.1 Equilibrio entre empresa y familia
- 14.2 Características de las empresas familiares
- 14.3 Modelo conceptual de la empresa familiar

**XV. Naturaleza de los conflictos en las empresas familiares**

- 15.1 Fundamentos sobre los conflictos en las empresas familiares
- 15.2 Causas principales de los conflictos
- 15.3 Algunas ideas para prevenir conflictos

**XVI. Profesionalización de las empresas familiares**

- 16.1 Hacia la profesionalización
- 16.2 Modelo de articulación dinámica de la empresa familiar
- 16.3 Órgano de gobierno

**XVII. La continuidad en la empresa familiar**

- 17.1 Las generaciones menores y sus planes de vida
- 17.2 Planificación de la sucesión
- 17.3 Retiro del fundador
- 17.4 Espíritu emprendedor de la empresa familiar

**Criterios de evaluación:**

1) Evaluaciones parciales	40%
2) Tareas y participación	30%
3) Evaluación final	30%
	100%

### **Estrategias de enseñanza:**

Con docente:

- Clase expositiva y demostrativa
- Exposición de investigaciones y experiencias
- Dinámicas grupales

De estudio independiente:

- Realizar investigaciones
- Análisis de casos, ensayos
- Lecturas recomendadas

### **Instalaciones y equipo especial:**

- Aula.

### **Recursos y tecnologías de la información**

- Cañón.
- Internet.

### **Perfil Idóneo del docente**

- a. Nivel Educativo: Licenciatura
- b. Área de conocimiento: Ciencias Sociales, Administración y Derecho.
- c. Campo laboral y profesional: 1 año en el sector industrial, empresarial o de servicios.
- d. Experiencia docente: 2 años en Licenciatura.

### **Orientaciones bibliográficas**

- García, C., Portales, L. y Saavedra, M. (2018). Sustentabilidad empresarial en la PYME mexicana. Retos y desafíos para el desarrollo de México. Abordaje desde el MOPSE. México: Ed. Patria.
- Soto, M. (2019). Protocolo familiar, empresas familiares. México: Ed. Instituto Mexicano de Contadores Públicos



**Plan de Estudios:**  
**Licenciatura en Gestión de Negocios**  
**Programa de asignatura**

Asignatura: Optativa IV: Práctica de auditoria.

Semestre: Sexto

Modalidad: Escolar (Presencial)

Clave de la asignatura: 0410602-1

Clave de la asignatura seriada: n

Duración total en horas:	96	Horas totales docente:	64	Horas totales de estudio independiente:	32	Créditos:	6
--------------------------	----	------------------------	----	---	----	-----------	---

**Objetivo de la asignatura:**

Aplicar las técnicas y procedimientos de auditoría basándose en las disposiciones normativas y legislativas correspondientes

**Contenido temático:**

**I. Planeación de auditoría**

- 1.1 Planeación del tiempo y asignación del personal
- 1.2 Costeo del trabajo
- 1.3 Junta del personal de auditoría
- 1.4 Memorándum de planeación
- 1.5 Programa de auditoría

**II. Estudio y evaluación del control interno**

- 2.1 Conceptos y objetivos
- 2.2 Metodología para el estudio y evaluación del control interno
- 2.3 Pruebas de cumplimiento y sustantivas
- 2.4 Estructura del control
- 2.5 Estudio y evaluación del control interno por procesamiento electrónico de datos
- 2.6 Ciclos de transacciones
- 2.7 Objetivos y sus riesgos
- 2.8 Organización y planeación

**III. Antecedentes a la práctica de auditoria**

- 3.1 Diferencia entre auditoría interna y externa
- 3.2 Documentación
- 3.3 Control de calidad
- 3.4 Responsabilidad del auditor

- 3.5 Confirmaciones de Abogados
- 3.6 Carta convenio y confirmaciones
- 3.7 Procedimientos
- 3.8 Partes relacionadas
- IV. Planeación y programa de trabajo**
  - 4.1 Planeación de los procedimientos
  - 4.2 Información requerida para la auditoría
  - 4.3 Programa de pruebas de cumplimiento y sustantivas
  - 4.4 Preparación de papeles de trabajo
- V. Cierre de auditoría y preparación del informe**
  - 5.1 Conclusiones en cédulas sumarias
  - 5.2 Confirmaciones finales
  - 5.3 Carta a la gerencia
  - 5.4 Cédulas de ajuste y reclasificaciones
  - 5.5 Discusión del contenido con el cliente
  - 5.6 Legajos de Auditoría
  - 5.7 Archivo permanente
  - 5.8 Archivo temporal
- VI. Conclusiones y elaboración del dictamen**
  - 6.1 Formato del dictamen y situaciones a informar
  - 6.2 Dictamen limpio, con salvedades, negativo o abstención de opinión

**Criterios de evaluación:**

1) Evaluaciones parciales	40%
2) Tareas y participación	30%
3) Evaluación final	30%
	100%

**Estrategias de enseñanza:**

Con docente:

- Clase expositiva y demostrativa
- Exposición de investigaciones y experiencias
- Dinámicas grupales

De estudio independiente:

- Realizar investigaciones
- Análisis de casos, ensayos
- Lecturas recomendadas

### **Instalaciones y equipo especial:**

- Aula
- Proyector

### **Recursos y tecnologías de la información:**

- Cañón.
- Internet.

### **Perfil Idóneo del docente:**

- a. Nivel Educativo: Licenciatura.
- b. Área de conocimiento: Administración, Ciencias Sociales y Derecho.
- c. Campo laboral y profesional: Contabilidad, Auditoria y Finanzas mínimo 1 año.
- d. Experiencia docente: 2 años a nivel Licenciatura.

### **Orientaciones bibliográficas:**

- Comisión de normas de auditoría y aseguramiento (2020). Guías de auditoría. México: Ed. Instituto Mexicano de Contadores Públicos.
- Sánchez, J. y Alvarado, M. (2017). Teoría y práctica de la auditoría II: análisis de áreas y casos prácticos (7<sup>a</sup> edición). España: Ed. Pirámide.



**UNIVERSIDAD  
MODELO  
VALLADOLID**

**Plan de Estudios:  
Licenciatura en Gestión de Negocios  
Programa de asignatura**

Asignatura: Optativa IV: Lenguaje y producción televisiva.

Semestre: Sexto

Modalidad: Escolar (Presencial)

Clave de la asignatura: 0410602-2

Clave de la asignatura seriada: n

Duración total en horas:	96	Horas totales docente:	64	Horas totales de estudio independiente:	32	Créditos:	6
--------------------------	----	------------------------	----	---	----	-----------	---

**Objetivo de la asignatura:**

Analizar la creación de imagen con mensajes planificados desde los elementos históricos y actuales del lenguaje televisivo.

**Contenido temático:**

**I. La creación del medio televisivo.**

- 1.1. Invento de la televisión.
- 1.2. Inicio de la televisión como medio de comunicación.

**II. La televisión de México.**

- 2.1. Inicio de la televisión en México.
- 2.2. Aportaciones tecnológicas de México para el mundo.
- 2.3. Evolución de la televisión en México.

**III. La formación de imagen.**

- 3.1. La conformación de la imagen.
- 3.2. La relación de los aspectos.

**IV. Normas televisivas.**

- 4.1. PAL
- 4.2. SECAM.
- 4.3. NTSC.
- 4.4. HDTV.

**V. La transmisión y recepción de la imagen.**

- 5.1. El principio de estautorvisión.
- 5.2. El uso de las re transmisoras.
- 5.3. La inclusión de los satélites en el medio

**VI. La clasificación de las cámaras de televisión.**

- 6.1. Cámaras de estudio y cámaras de locación.
- 6.2. Componentes tecnológicos

**VII. Equipos básicos de producción.**

- 7.1. El switcher de video.
- 7.2. La consola de audio
- 7.3. Tipos de micrófonos para televisión
- 7.4. Tipos de lámparas para televisión.

**VIII. Puestos de la producción y etapas de la realización.**

- 8.1. Formatos de guión y sus usos.
- 8.2. Producción
- 8.3. Post-Producción

**IX. El guión televisivo.**

- 9.1. Tipos de guión.
- 9.2. Formatos para elaborar guiones televisivos.

**X. Estructura literaria de un guión.**

- 10.1. Los elementos técnicos.
- 10.2. Los elementos narrativos.
- 10.3. Géneros periodísticos aplicados.

**Criterios de evaluación:**

1) Evaluaciones parciales	40%
2) Tareas y participación	30%
3) Evaluación final	30%
	100%

**Estrategias de enseñanza:**

Con docente:

- Clase expositiva y demostrativa
- Exposición de investigaciones y experiencias
- Dinámicas grupales

De estudio independiente:

- Realizar investigaciones
- Análisis de casos, ensayos
- Lecturas recomendadas

**Instalaciones y equipo especial:**

- Aula
- Proyector

**Recursos y tecnologías de la información:**

- Cañón.
- Internet.

**Perfil Idóneo del docente:**

- a. Nivel Educativo: Licenciatura.
- b. Área de conocimiento: Administración, Ciencias Sociales y Derecho.
- c. Campo laboral y profesional: Experiencia en producción televisiva mínima 1 año.
- d. Experiencia docente: 2 años a nivel Licenciatura.

**Orientaciones bibliográficas:**

- Rita, H. (2017). Taller de producción audiovisual I. España: Ed.EPC
- Ortiz, María J. (2018). Producción y realización en medios audiovisuales. España: Ed. RUA Universidad de Alicante



**Plan de Estudios:**  
**Licenciatura en Gestión de Negocios**  
**Programa de asignatura**

Asignatura: Optativa IV: Sociología del turismo.

Semestre: Sexto

Modalidad: Escolar (Presencial)

Clave de la asignatura: 0410602-3

Clave de la asignatura seriada: n

Duración total en horas:	96	Horas totales docente:	64	Horas totales de estudio independiente:	32	Créditos:	6
--------------------------	----	------------------------	----	---	----	-----------	---

**Objetivo de la asignatura:**

Conocer las teorías sociológicas y antropológicas e identificar los elementos que integran el turismo desde el punto de vista de la sociología, para que al finalizar el curso se logre comprender el fenómeno turístico, y la necesidad de éste en las sociedades urbanizadas.

**Contenido temático:**

**I. Ciencia social y sentido común**

- 1.1. Concepto
- 1.2. Características
- 1.3. Diferencias

**II. La observación científica y sus características**

- 2.1. La observación
- 2.2. Las características
- 2.3. El método científico

**III. Conceptos de sociología y antropología**

- 3.1. Conceptos de: El hombre, la sociedad y la empresa
- 3.2. Teorías sociológicas
- 3.3. La cultura como contenido general
- 3.4. Cultura y empresa

**IV. El proceso de desarrollo de la sociedad moderna**

- 4.1. Desarrollo de la sociedad y la tecnología.
- 4.2. Proceso de industrialización mundial.

**V. La dinámica socioeconómica de los países en la globalización**

- 5.1. Económica

5.2. Tecnológica

5.3. Social

5.4. Política

**VI. Cultura y Sociedad**

6.1. Desarrollo social y cultural

6.2. La cultura como un sistema de normas

6.3. La estructura de la cultura

6.4. Elementos de la cultura.

6.5. El proceso de socialización.

6.6. Tipos y agentes de socialización.

6.7. Individuo y grupo.

6.8. Grupos y organización social.

**VII. Concepto y campo de acción de la sociología en relación con el turismo**

7.1. La sociología como ciencia y su desarrollo histórico.

7.2. Perspectivas en sociología

7.3. Diferentes teorías sociológicas

7.4. Campos y métodos de la sociología y turismo

**VIII. Definición de turismo.**

8.1. Impacto del turismo en la sociedad.

8.2. El sujeto y el objeto del turismo.

**IX. Los principios de la sociología. Sociedad y Cultura.**

9.1. Sociedad industrial y urbanización.

9.2. Individuo y sociedad. Sociología y cambio social.

9.3. Las teorías sociológicas clásicas. Modernidad y postmodernidad.

**X. Aproximación a la Sociología del Turismo.**

10.1. Tendencias y etapas en la Sociología del Turismo.

10.2. Conceptos y prácticas sociales.

10.3. Áreas de análisis.

10.4. Diagnóstico social, beneficio social y económico en las comunidades por el turismo

**XI. El turismo como una necesidad en las sociedades urbanizadas**

11.1. Bienes y servicios

11.2. Beneficios social y económico

11.3. Convivencia entre anfitriones y visitantes

11.4. Necesidad de conservar nuestras costumbres ante la introducción de otras culturas.

11.5. Aspectos negativos del turismo en la sociedad

11.6. Elementos recientes en el análisis del turismo como hecho social.

11.7. La mirada del turista

**XII. Tipologías sociológicas del turismo.**

12.1. Significados sociales de las culturas turísticas.

12.2. Tipos de turistas. Perfiles del viajero.

12.3. La interacción social del turismo: seguridad y libertad.

12.4. Turismo y estructura social.

12.5. La macDonalización del turismo.

**XIII. Turismo, desarrollo social y empleo.**

13.1. Mercado turístico: oferta y demanda, calidad y cantidad.

13.2. La socioeconomía de los lugares turísticos.

13.3. Vida cotidiana, ecología y riesgo social.

13.4. Sociología del empleo turístico

**XIV. Turismo Religioso.**

14.1. Geografía del turismo religioso

14.2. Turismo religioso musulmán

14.3. Año Santo.

14.4. El Burgo de las naciones

14.5. Semana Santa.

14.6. 1.6 Monasterios y santuarios

**XV. Turismo de Segunda Residencia**

15.1. Zonas de Preferencia

15.2. Períodos

15.3. Implicaciones en las sociedades en las que se insertan

**XVI. Turismo de Salud**

16.1. Lugares

16.2. Infraestructura que surge

16.3. Cambios y repercusiones en la sociedad

**XVII. Turismo Alternativo**

17.1. Ecoturismo

17.2. Turismo comunitario

17.3. Turismo rural

**XVIII. El proceso de crecimiento de las ciudades de ocio u ociurbes**

18.1. Benidorm como paradigma de ciudad de ocio.

18.2. Características del turismo residencial.

18.3. El sector hotelero frente al turismo residencial

18.4. Algunas razones por las que a los inversores les resulta más ventajoso construir urbanizaciones turísticas en lugar de hoteles.

**XIX. Fases, ciclos y actores del desarrollo turístico.**

19.1. Condiciones para el desarrollo turístico

19.2. El turismo y sus ciclos de vida

19.3. Los actores del desarrollo turístico

**XX. La eclosión del turismo de masas.**

20.1. El turismo de masas

20.2. Las causas del turismo de masa

**XXI. Turismo y sociedad.**

21.1. El turismo como agente de cambio social

21.2. Efectos sociales del desarrollo del turismo

**XXII. Turismo y cultura**

22.1. El turismo y su capacidad de alterar las culturas locales

22.2. Las condiciones del encuentro

**XXIII. Problemas sociales en los polos receptores del turismo.**

23.1. Los tour operadores y su poder de influencia en las zonas receptoras

23.2. Conflictos en las regiones receptoras por fenómenos de saturación

23.3. La crisis del turismo

## **XXIV. Consecuencias del Turismo en las sociedades emisoras.**

- 24.1. Condicionantes del viaje turístico
- 24.2. Efectos del turismo en las colectividades emisoras
- 24.3. El turismo como fenómeno retráctil

### **Criterios de evaluación:**

1) Evaluaciones parciales	40%
2) Tareas y participación	30%
3) Evaluación final	30%
	100%

### **Estrategias de enseñanza:**

Con docente:

- Clase expositiva y demostrativa
- Exposición de investigaciones y experiencias
- Dinámicas grupales

De estudio independiente:

- Realizar investigaciones
- Análisis de casos, ensayos
- Lecturas recomendadas

### **Instalaciones y equipo especial:**

- Aula
- Proyector

### **Recursos y tecnologías de la información:**

- Cañón.
- Internet.

### **Perfil Idóneo del docente:**

- a. Nivel Educativo: Licenciatura.
- b. Área de conocimiento: Administración, Ciencias Sociales y Derecho.
- c. Campo laboral y profesional: Administración de empresas turísticas mínimo 1 año.
- d. Experiencia docente: 2 años a nivel Licenciatura.

### **Orientaciones bibliográficas:**

- Vogeler, C. y Hernández, E. (2018). Introducción al turismo: análisis y estructura. España. Ed. Centro de estudios Ramón Areces.
- Feijoó, J. (2020). Fundamentos de turismo: nuevo enfoque en el siglo XXI. Argentina. Ugerman.
- Ulldemolins, J. y Pecourt, J. (2021). Sociología de la cultura en la era digital: Herramientas para el análisis de las dinámicas culturales del siglo XXI. España: Ed. PUV.



**Plan de Estudios:**  
**Licenciatura en Gestión de Negocios**  
**Programa de asignatura**

**UNIVERSIDAD  
MODELO  
VALLADOLID**

Asignatura: Optativa IV: Aspectos legales de los negocios electrónicos.

Semestre: Sexto

Modalidad: Escolar (Presencial)

Clave de la asignatura: 0410602-4

Clave de la asignatura seriada: n

Duración total en horas:	96	Horas totales docente:	64	Horas totales de estudio independiente:	32	Créditos:	6
--------------------------	----	------------------------	----	---	----	-----------	---

**Objetivo de la asignatura:**

Minimizar los riesgos y fomentar el funcionamiento más seguro de una empresa electrónica, identificando medidas legales básicas para la protección de los principales bienes jurídicos en los negocios electrónicos, mediante el descubrimiento y ejercicio de valores, el conocimiento del sistema jurídico mexicano y de los principios del e-Business.

**Contenido temático:**

**I. Escala de valores**

- 1.1. Descripción de los criterios que son necesarios para el establecimiento de una escala de valores
- 1.2. Definición y diferenciación de los principales valores universales
- 1.3. Identificación de valores propuestos en diversas obras literarias y cinematográficas actuales

**II. Valor, deber, virtud**

- 2.1. Autoexploración de valores e intercambio de ideas entre sí, a fin de aumentar el desarrollo personal, la confianza grupal y la identificación de valores sociales
- 2.2. Aumento del entendimiento y la conciencia de los propios valores, objetivos y potencial, así como un examen sobre cómo el ejercicio u omisión de valores afectan las decisiones relativas a necesidades y aspiraciones personales
- 2.3. Análisis personal de la forma en que vive hoy por hoy los valores, reflejados en su carácter psicológico

**III. Escala de valores, escala de necesidades.**

- 3.1 Identificación de personalidades axiológicamente maduras en obras literarias y cinematográficas.
- 3.2 Identificación de rasgos básicos de madurez axiológica en su persona
- IV. La persona, sujeto absoluto de valores.**
  - 4.1 Asociación de los valores y la persona.
  - 4.2 Los valores no existen con independencia de la persona ni la persona puede ser sin ellos
- V. ¿Qué significa el derecho?**
  - 5.1 Demostración de la mayor claridad que ofrece el enfoque lingüístico al metafísico para responder a la pregunta básica respecto a ¿qué es el derecho?
- VI. Identificación de las tres principales acepciones del concepto derecho: “derecho natural”, “derecho positivo” y como sinónimo de “ciencia del derecho” Moral y Derecho**
  - 6.1 Análisis del tratamiento que dan el derecho natural y el positivo
  - 6.2 Aspectos de la moral y los valores en el sistema mexicano
- VII. Disciplinas jurídicas relacionadas con el e-comercio**
  - 7.1 Análisis de casos relativos al e-comercio
  - 7.2 Identificar disciplinas jurídicas involucradas en el e-comercio
  - 7.3 Bienes jurídicos que se protegen
- VIII. El derecho y la informática**
  - 8.1 Tecnología y Derecho
  - 8.2. Informática Jurídica vs Derecho Informático
  - 8.3. Relaciones entre derecho e informática
  - 8.4 Derechos fundamentales de la persona y la informática
- IX. Protección constitucional de la informática (Habeas Data)**
  - 9.1. Derecho a la Intimidad
  - 9.2. Derecho a la Información
  - 9.3. Protección Jurídica de la Intimidad
  - 9.4. Seguridad de los Datos Informáticos
- X. Internet y comercio electrónico**
  - 10.1 Prestación del servicio en Internet
  - 10.2 Internet y el comercio
  - 10.3 Intercambio electrónico de datos (EDI)
  - 10.4 Pagos por Internet
  - 10.5 Delitos en Internet
  - 10.6 Responsabilidad de las partes en Internet
  - 10.7 Derechos del usuario en Internet
  - 10.8 Contratos mercantiles por Internet
  - 10.9 Documentos electrónicos y firmas digitales
  - 10.10 Entidades de certificación
- XI. Delitos informáticos**
  - 11.1 Clasificación
  - 11.2 Características
  - 11.3 Elementos
  - 11.4 Regulación Jurídica
- XII. Legislación de derechos de autor y protección de software**

- 12.1 Evolución histórica a nivel mundial
- 12.2 Antecedentes y Tratados internacionales
- 12.3 Evolución Histórica en México
- 12.4 Desarrollo legislativo en México
- 12.5 La ley de derecho de autor frente al software
- 12.6 Los derechos de autor en el mundo moderno
- 12.7 Titulares de los derechos de autor
- 12.8 Propiedad intelectual del software
- 12.9 La ley mexicana de derechos de autor frente al software
- 12.10 Derechos morales frente al software
- 12.11 Derechos patrimoniales frente al software

**XIII. Seguridad Informática**

- 13.1 Políticas internacionales
- 13.2 Políticas nacionales
- 13.3 Organismos regionales, nacionales e internacionales
- 13.4 Técnicas tecnológicas
- 13.5 Importancia

**XIV. Informática Forense**

- 14.1 Políticas internacionales
- 14.2 Políticas nacionales
- 14.3 Organismos regionales, nacionales e internacionales
- 14.4 Técnicas tecnológicas
- 14.5 Importancia

**XV. Protección de nombres de dominio**

- 15.1 Definición de nombres de dominio, su clasificación y descripción del proceso para obtenerlos
- 15.2 Definición y explicación del sistema de marcas comerciales
- 15.3 Descripción de la interacción del derecho de propiedad intelectual y los nombres de dominio
- 15.4 Análisis de casos de estudio y ejercicios de aplicación de las normas de protección de nombre de dominio

**XVI. Protección legal de contenidos y sistemas**

- 16.1 Definición e identificación de las libertades de expresión y de información
- 16.2 Enumerar y describir las normas sobre publicidad en la red
- 16.3 Enumerar y describir las normas para la protección de datos personales
- 16.4 Definición y explicación de los derechos de propiedad intelectual relacionados con el contenido
- 16.5 Enumerar y explicar los derechos de propiedad intelectual relacionados con la informática
- 16.6 Responsabilidades de las partes que interactúan en un sitio electrónico

**XVII. Los contratos electrónicos**

- 17.1 Descripción e identificación de los elementos esenciales de los contratos en general
- 17.2 Descripción e identificación de los diferentes tipos de contratos
- 17.3 Enumerar y explicar las diferentes modalidades de pago
- 17.4 La jurisdicción en Internet

## XVIII. Aspectos fiscales del e-comercio

- 18.1 Descripción e identificación de los problemas relativos a los impuestos derivados de transacciones electrónicas nacionales e internacionales  
18.2 Identificación de los gravámenes a considerar en el e-comercio

### Criterios de evaluación:

1) Evaluaciones parciales	40%
2) Tareas y participación	30%
3) Evaluación final	30%
	100%

### Estrategias de enseñanza:

Con docente:

- Clase expositiva y demostrativa
- Exposición de investigaciones y experiencias
- Dinámicas grupales

De estudio independiente:

- Realizar investigaciones
- Análisis de casos, ensayos
- Lecturas recomendadas

### Instalaciones y equipo especial:

- Aula
- Proyector

### Recursos y tecnologías de la información:

- Cañón.
- Internet.

### Perfil Idóneo del docente:

- a. Nivel Educativo: Licenciatura
- b. Área de conocimiento: Ciencias Sociales, Administración y Derecho.
- c. Campo laboral y profesional: Experiencia mínima de un año, a nivel gerencia o dirección en áreas de informática, seguridad informática, sistemas de información o en área relacionada o poseer diploma de especialidad.
- d. Experiencia docente: 2 años a nivel Licenciatura.

### Orientaciones bibliográficas:

- Laudon, C. (2016). Sistemas de Información Gerencial: administración de la empresa digital. México. Pearson.
- Ramez, E. (2017). Fundamentals Of Database System 7Th Edition. México. Pearson.



**UNIVERSIDAD  
MODELO  
VALLADOLID**

**Plan de Estudios:  
Licenciatura en Gestión de Negocios  
Programa de asignatura**

Asignatura: Optativa IV: Comunicación estratégica de la mercadotecnia

Semestre: Sexto

Modalidad: Escolar (Presencial)

Clave de la asignatura: 0410602-5

Clave de la asignatura seriada: n

Duración total en horas:	96	Horas totales docente:	64	Horas totales de estudio independiente:	32	Créditos:	6
--------------------------	----	------------------------	----	---	----	-----------	---

**Objetivo de la asignatura:**

Comprender el papel de la comunicación estratégica en la mezcla de mercadotecnia, para obtener una idea general de los principales métodos que permitan conseguir la mixtura del programa de promoción que abarque el impulso de ventas, publicidad, relaciones públicas y venta personal o mercadotecnia directa.

**Contenido temático:**

- I. Comunicación Integral de Mercadotecnia**
  - 1.1. El concepto de la comunicación estratégica
  - 1.2. El proceso de la comunicación publicitaria
  - 1.3. Comunicación integral de mercadotecnia
- II. Promoción de Ventas**
  - 2.1. Promoción de ventas
  - 2.2. Estrategias y herramientas de la promoción de ventas
- III. Publicidad**
  - 3.1. Historia de la publicidad
  - 3.2. Categorías publicitarias
  - 3.3. Clasificación de anuncios publicitarios
  - 3.4. El líder de opinión
  - 3.5. Características de los medios de comunicación masiva
  - 3.6. Formatos para desarrollar la publicidad radiofónica
- IV. Relaciones Públicas**
  - 4.1. Concepto de las relaciones públicas
  - 4.2. Concepto de relaciones públicas internas

- 4.3. Concepto de relaciones públicas externas
- 4.4. Plan de relaciones públicas
- V. Venta Personal y Marketing Directo**
  - 5.1. Concepto de Mercadotecnia Directa
  - 5.2. Herramientas de la mercadotecnia directa
- VI. Programa de Promoción**
  - 6.1. Etapa Inicial del programa de promoción
  - 6.2. Etapa Intermedia del programa de promoción
  - 6.3. Etapa final del programa de promoción
- VII. Análisis y Elección de la Estrategia**
  - 7.1. Matriz FODA
  - 7.2. Matriz BCG
  - 7.3. Matriz MPC

#### **Criterios de evaluación:**

1) Evaluaciones parciales	40%
2) Tareas y participación	30%
3) Evaluación final	30%
	100%

#### **Estrategias de enseñanza:**

Con docente:

- Clase expositiva y demostrativa
- Exposición de investigaciones y experiencias
- Dinámicas grupales

De estudio independiente:

- Realizar investigaciones
- Análisis de casos, ensayos
- Lecturas recomendadas

#### **Instalaciones y equipo especial:**

- Aula
- Proyector

#### **Recursos y tecnologías de la información:**

- Internet
- Equipos de cómputo

**Perfil Idóneo del docente:**

- a. Nivel Educativo: Licenciado en Mercadotecnia, Licenciado en Administración, Licenciado en Comunicación o Carrera Afín.
- b. Área de conocimiento: Ciencias Sociales, Administración y Derecho
- c. Campo laboral y profesional: Experiencia mínima de un año, a nivel gerencia o dirección en áreas de mercadotecnia, publicidad, ventas o administrativas o en área relacionada o poseer diploma de especialidad.
- d. Experiencia docente: 2 años a nivel Licenciatura

**Orientaciones bibliográficas:**

- David, F. (2017). Conceptos de Administración Estratégica. México. Pearson.
- García, E. (2018). Plan de medios de comunicación e internet. España: Ed. Paraninfo.



**Plan de Estudios:**  
**Licenciatura en Gestión de Negocios**  
**Programa de asignatura**

Asignatura: Optativa IV: Derecho individual del trabajo.

Semestre: Sexto

Modalidad: Escolar (Presencial)

Clave de la asignatura: 0410602-6

Clave de la asignatura seriada: n

Duración total en horas:	96	Horas totales docente:	64	Horas totales de estudio independiente:	32	Créditos:	6
--------------------------	----	------------------------	----	---	----	-----------	---

**Objetivo de la asignatura:**

Analizar la naturaleza jurídica y aplicación de los conceptos básicos de la parte adjetiva de la Ley Federal del Trabajo, en el ámbito individual laboral

**Contenido temático:**

- I. Derecho individual del trabajo**
  - 1.1 Concepto
  - 1.2 Origen del Derecho del Trabajo
  - 1.3 Sus antecedentes en el extranjero y en México
- II. El desarrollo capitalista, el trabajo y la dignidad humana**
  - 2.1 Caracteres del Derecho del Trabajo
  - 2.2 Principios del Derecho del Trabajo
  - 2.3 Esencia y fines del Derecho del Trabajo
- III. Contrato de trabajo**
  - 3.1 Definición
  - 3.2 Objeto
  - 3.3 Modalidades.
- IV. La relación de trabajo**
  - 4.1 Concepto
  - 4.2 Elementos
- V. El contrato de trabajo**
  - 5.1 Concepto
  - 5.2 Relación con el trabajador
- VI. Estabilidad en el empleo**
  - 6.1 Concepto

- 6.2 Modalidades
- 6.3 Principios que la rigen
- VII. Relación laboral**
  - 7.1 Concepto
  - 7.2 Duración de la relación laboral
  - 7.3 Excepciones a su duración indefinida
- VIII. El despido**
  - 8.1 Concepto
  - 8.2 Separación
- IX. Terminación de la relación de trabajo**
  - 9.1 Causas y consecuencias
  - 9.1 Responsabilidad en los casos de disolución de la relación
- X. Indemnización**
  - 10.1 Concepto
  - 10.1 Procedencia
  - 10.2 Régimen de indemnizaciones
- XI. Condiciones de trabajo**
  - 11.1 Concepto
  - 11.2 Clasificación
  - 11.3 Objeto
- XII. Formas de fijación**
  - 12.1 Técnicas para su modificación
  - 12.2 Órganos supervisores de la seguridad
- XIII. Obligaciones del patrón**
  - 13.1 Concepto
  - 13.2 Principales
  - 13.3 Accesorias
- XIV. Obligaciones del trabajador**
  - 14.1 Concepto
  - 14.2 Principales
  - 14.3 Accesorias
- XV. Consecuencias de su incumplimiento**
  - 15.1 Por parte del patrón
  - 15.2 Por parte del trabajador
- XVI. Capacitación y adiestramiento**
  - 16.1 Concepto
  - 16.2 Objeto
  - 16.3 Lugar de capacitación
- XVII. Antigüedad y ascenso**
  - 17.1 Derechos de preferencia
  - 17.2 Sistemas de escalafón
- XVIII. Invenciones de los trabajadores**
  - 18.1 Atribución de derechos
  - 18.2 Protección
- XIX. Jornada de trabajo**
  - 19.1 Antecedentes históricos para su regulación

- 19.2 Concepto
- XX. Clasificación de la Jornada**
  - 20.1 Diurna
  - 20.2 Nocturna
  - 20.3 Mixta
  - 20.4 Extraordinaria
  - 20.5 Humanitaria
  - 20.6 Continua
  - 20.7 Discontinua.
- XXI. Días de descanso**
  - 21.1 Descanso semanal
  - 21.2 Descanso obligatorio
- XXII. Vacaciones**
  - 22.1 Períodos
  - 22.2 Prima de vacaciones
  - 22.3 Consecuencia de su incumplimiento
- XXIII. El salario**
  - 23.1 Concepto
  - 23.2 Formas
- XXIV. Integración del salario**
  - 24.1 Salario mínimo
  - 24.2 General
  - 24.3 Profesional
  - 24.4 Industrial
  - 24.5 Remunerador
  - 24.6 Normas protectoras
- XXV. Legislación laboral**
  - 25.1 Concepto de prima de antigüedad
  - 25.2 Formas para su determinación
- XXVI. Obligaciones e incumplimientos**
  - 26.1 Obligación patronal respecto al pago de prima
  - 26.2 Consecuencias de su incumplimiento
- XXVII. El derecho de participación de la utilidad**
  - 27.1 Diversos conceptos
  - 27.2 Instituciones afines
- XXVIII. Conceptualización legal**
  - 28.1 Regulación constitucional
  - 28.2 Regulación en la Ley Federal del Trabajo
- XXIX. Rescisión de las relaciones de trabajo**
  - 29.1 Concepto
  - 29.2 Causas de rescisión
- XXX. Despidos.**
  - 30.1 Causales del despido
  - 30.2 Separación
  - 30.3 Causales
  - 30.4 Técnica formal del despido

- 30.5 Técnicas de la separación
- 30.6 Despido arbitrario
- XXXI. Consecuencias al despido**
  - 31.1 Indemnización
  - 31.2 Reinstalación
  - 31.3 Salarios caídos y vencidos
  - 31.4 Negativa a reinstalar
  - 31.5 Excepciones
  - 31.6 Régimen indemnizatorio
- XXXII. Terminación de las relaciones de trabajo**
  - 32.1 Forma individual
  - 32.2 Forma colectiva
  - 32.3 Mutuo consentimiento
  - 32.4 Su técnica formal
- XXXIII. Presupuesto liberatorio de responsabilidad**
  - 33.1 La muerte del trabajador y sus afectos
  - 33.2 Por conclusión
  - 33.3 Obra, vigencia
  - 33.4 Incapacidad definitiva
  - 33.5 Inversión de capital
  - 33.6 Sustitución patronal
- XXXIV. La suspensión laboral**
  - 34.1 Concepto
  - 34.2 Efectos de la suspensión.
  - 34.3 Clasificación
  - 34.4 Individual
  - 34.5 Colectiva
  - 34.6 Enfermedad
  - 34.7 Incapacidad temporal
  - 34.8 Prisión preventiva
  - 34.9 Arresto
  - 34.10 Servicios y cargos constitucionales
  - 34.11 Representaciones laborales
  - 34.12 Faltas de documentos
- XXXV. Trabajos especiales**
  - 35.1 Disposiciones generales
  - 35.2 Clasificación laboral
- XXXVI. Trabajo de industria familiar**
  - 36.1 Regulación laboral
  - 36.2 Requisitos
- XXXVII. Trabajos en las Universidades e Instituciones de Educación Superior Autónomas por Ley**
  - 37.1 Concepto
  - 37.2 Regulación laboral
- XXXVIII. Protección a la mujer y al menor**
  - 38.1 Trabajo extraordinario

- 38.2 Trabajo nocturno
- 38.3 Labores insalubres
- XXXIX. Protección a la maternidad**
  - 39.1 Incapacidad por maternidad
  - 39.2 Protección a los menores
- XL. Riesgos profesional**
  - 40.1 Concepto
  - 40.2 Clasificaciones
  - 40.3 Consecuencias
- XLI. Diversas clases de incapacidades**
  - 41.1 Beneficios en caso de indemnización
  - 41.2 Rehabilitación del trabajador
- XLII. Organización internacional del trabajo**
  - 42.1 Objeto
  - 42.2 Estructura
  - 42.3 Naturaleza
  - 42.4 Formalidades
- XLIII. Convenios y recomendaciones**
  - 43.1 Regulación
  - 43.2 Beneficios en caso de indemnización
- XLIV. La caducidad laboral**
  - 44.1 Concepto
  - 44.2 Términos
- XLV. Presupuestos**
  - 45.1 Técnicas
  - 45.2 Reglamentación

**Criterios de evaluación:**

1) Evaluaciones parciales	40%
2) Tareas y participación	30%
3) Evaluación final	30%
	100%

**Estrategias de enseñanza:**

Con docente:

- Clase expositiva y demostrativa
- Exposición de investigaciones y experiencias
- Dinámicas grupales

De estudio independiente:

- Realizar investigaciones
- Análisis de casos, ensayos
- Lecturas recomendadas

### **Instalaciones y equipo especial:**

- Aula
- Proyector

### **Recursos y tecnologías de la información:**

- Cañón.
- Internet.

### **Perfil Idóneo del docente:**

- a. Nivel Educativo: Licenciatura
- b. Área de conocimiento: Administración, Ciencias Sociales y Derecho.
- c. Campo laboral y profesional: Experiencia mínima de un año en el campo del derecho.
- d. Experiencia docente: 2 años a nivel Licenciatura.

### **Orientaciones bibliográficas:**

- Buen, N. (2018) Derecho Procesal de trabajo II (20<sup>a</sup> edición). México: Ed. Porrúa.
- Dávalos, J. (2017). Derecho colectivo y procesal de trabajo (11<sup>a</sup> edición). México: Ed. Porrúa.



**UNIVERSIDAD  
MODELO  
VALLADOLID**

Plan de Estudios:  
**Licenciatura en Gestión de Negocios**  
**Programa de asignatura**

Asignatura: Optativa IV: Administración de eventos deportivos.

Semestre: Sexto

Modalidad: Escolar (Presencial)

Clave de la asignatura: 0410602-7

Clave de la asignatura seriada: n

Duración total en horas:	96	Horas totales docente:	64	Horas totales de estudio independiente:	32	Créditos:	6
--------------------------	----	------------------------	----	---	----	-----------	---

**Objetivo de la asignatura:**

Aplicar los elementos que intervienen en la administración del deporte como parte fundamental de los procesos administrativos.

**Contenido temático:**

- I. Introducción a la administración de eventos deportivos.**
  - 1.1 Conceptos básicos de administración de eventos deportivos.
  - 1.2 Procesos de planeación.
- II. Finalidad de los eventos deportivos.**
  - 2.1 Bien social.
  - 2.2 Interés personal.
- III. Beneficios de un evento deportivo.**
  - 3.1 Económico.
  - 3.2 Social y salud.
  - 3.3 Turístico.
  - 3.4 Deportivo.
  - 3.5 Posicionamiento empresarial.
  - 3.6 Infraestructura.
  - 3.7 Político.
- IV. Documentación inicial.**
  - 4.1 Convocatoria.
  - 4.2 Boletines.
  - 4.3 Centro operativo.
- V. Información complementaria.**
  - 5.1 Servicios de emergencia.
  - 5.2 Servicios de seguridad.
- VI. Ubicación de sedes.**

- 6.1 Eventos deportivos.
- 6.2 Hospitales cercanos.
- VII. Memoria.**
  - 7.1 Resultados deportivos.
  - 7.2 Resultados operativos.
- VIII. Planeación de eventos deportivos.**
  - 8.1 Planeación de la administración deportiva.
  - 8.2 Recursos humanos.
  - 8.3 Trámites administrativos internos y públicos.
  - 8.4 Financiamiento.
  - 8.5 Alojamiento y transporte.
  - 8.6 Difusión y promoción.
  - 8.7 Instalaciones especiales, accesos y acreditaciones.
- IX. Organización.**
  - 9.1 Tipos de organización de eventos deportivos.
  - 9.2 Beneficios de una organización programada.
  - 9.3 Actos de protocolo.
  - 9.4 Atención a participantes, invitados y medios de comunicación.
  - 9.5 Riesgos de una organización improvisada.
- X. Sistemas de competencia por eliminación.**
  - 10.1 Sencilla.
  - 10.2 Doble.
- XI. Sistemas de competencias por puntos.**
  - 11.1 Una vuelta.
  - 11.2 Dos vueltas.
- XII. Fútbol.**
  - 12.1 Fútbol soccer.
  - 12.2 Fútbol rápido.
  - 12.3 Fútbol 7.
  - 12.4 Fútbol de playa.
- XIII. Voleibol.**
  - 13.1 Voleibol de sala.
  - 13.2 Voleibol de playa.
- XIV. Basquetbol y balonmano.**
  - 14.1 Basquetbol FIBA.
  - 14.2 Mini balonmano.
  - 14.3 Balonmano profesional.

**Criterios de evaluación:**

1) Evaluaciones parciales	40%
2) Tareas y participación	30%
3) Evaluación final	30%
	100%

### **Estrategias de enseñanza:**

Con docente:

- Clase expositiva y demostrativa
- Exposición de investigaciones y experiencias
- Dinámicas grupales

De estudio independiente:

- Realizar investigaciones
- Análisis de casos, ensayos
- Lecturas recomendadas

### **Instalaciones y equipo especial:**

- Aula
- Proyector

### **Recursos y tecnologías de la información:**

- Cañón.
- Internet.

### **Perfil Idóneo del docente:**

- a. Nivel Educativo: Licenciatura
- b. Área de conocimiento: Ciencias de la Salud.
- c. Campo laboral y profesional: Experiencia 1 año en el área de administración deportiva.
- d. Experiencia docente: 2 años a nivel Licenciatura.

### **Orientaciones bibliográficas:**

- García, M. (2017) Administración de eventos deportivos. México. Editorial Comares
- Ibáñez, S. Antúnez, A. Molina, S. (2021), Nuevas tendencias para el impulso del talento deportivo. España. Editorial Wanceulen S.L.



**UNIVERSIDAD  
MODELO  
VALLADOLID**

**Plan de Estudios:  
Licenciatura en Gestión de Negocios  
Programa de asignatura**

Asignatura: Optativa IV: Programación móvil

Semestre: Sexto

Modalidad: Escolar (Presencial)

Clave de la asignatura: 0410602-8

Clave de la asignatura seriada: n

Duración total en horas:	96	Horas totales docente:	64	Horas totales de estudio independiente:	32	Créditos:	6
--------------------------	----	------------------------	----	---	----	-----------	---

**Objetivo de la asignatura:**

Aplicar los conocimientos teórico-prácticos para diseñar, programar y publicar aplicaciones realizadas para dispositivos móviles en sistemas operativos Android e iOS..

**Contenido temático:**

**I. Introducción a las tecnologías de móviles**

- 1.1 Evolución de los dispositivos móviles.
- 1.2 Introducción a las tecnologías y herramientas móviles.
- 1.3 Tecnologías emergentes.
- 1.4 Tecnología de clientes ligeros: tecnología inalámbrica, redes de datos de radio, tecnología de microondas, redes de radio móvil, asistentes personales digitales, tarjetas inteligentes.

**II. Arquitecturas y entorno de desarrollo.**

- 2.1 Arquitecturas
- 2.2 Entorno de desarrollo
- 2.3 Requerimientos de los dispositivos ligeros
- 2.4 Lenguajes de programación
- 2.5 Configuraciones
- 2.6 Perfiles

**III. Sistemas operativos para dispositivos móviles. (iOS y Android)**

- 3.1 Tipos de Sistemas Operativos.
- 3.2 Funciones y estructuras.
- 3.3 Comunicación. Protocolos.
- 3.4 Seguridad en dispositivos móviles.

**IV. Desarrollo de aplicaciones móviles. (iOS y Android)**

- 4.1 Instalación entorno de desarrollo (Eclipse).
- 4.2 Metodología de desarrollo y ejecución.
- 4.3 Uso de formularios Web móvil.
- 4.4 Uso de controles.
- 4.5 Diseño Interfaces de usuario.

**V. Administración de datos en dispositivos móviles. (iOS y Android)**

- 5.1 Introducción.
- 5.2 Modelo de objetos de acceso a datos.
- 5.3 Manipulación de datos.
- 5.4 Sincronización de información.
- 5.5 XML.
- 5.6 JSON.

**VI. Tecnologías de desarrollo web móviles. (iOS y Android)**

- 6.1 Arquitecturas específicas.
- 6.2 Máquinas virtuales y simuladores.
- 6.3 Técnicas de entrada/salida.
- 6.4 Servicios gráficos y de gestión de eventos.
- 6.5 Acceso a bases de datos.
- 6.6 Aplicaciones web móviles.
- 6.7 Entornos de desarrollo.

**Criterios de evaluación:**

1) Evaluaciones parciales	40%
2) Tareas y participación	30%
3) Evaluación final	30%
	100%

**Estrategias de enseñanza:**

Con docente:

- Clase expositiva y demostrativa
- Exposición de investigaciones y experiencias
- Dinámicas grupales

De estudio independiente:

- Realizar investigaciones
- Análisis de casos, ensayos
- Lecturas recomendadas

**Instalaciones y equipo especial:**

- Aula
- Proyector

### **Recursos y tecnologías de la información:**

- Cañón.
- Internet.

### **Perfil Idóneo del docente:**

- a. Nivel Educativo: Ingeniería.
- b. Área de conocimiento: Ingeniería, Ciencias exactas y TIC
- c. Campo laboral y profesional: Experiencia en gerencia o dirección en áreas de informática, y programación móvil.
- d. Experiencia docente: 2 años a nivel Licenciatura.

### **Orientaciones bibliográficas:**

- Martínez, X. (2019). *Diseño de páginas wordpress para todos los públicos*. España: Ed. UOC.
- Gutiérrez, D. (2017). *Comercio electrónico: creación y protección de un sitio web*. Colombia: Ed. UNAULA.
- Velázquez, I. (2019). *Creación de sitios web*. Argentina: Ed. SixEdiciones.



**Plan de Estudios**  
**Licenciatura en Gestión de Negocios**  
**Programa de asignatura**

Asignatura: Optativa IV: Perspectiva de género

Semestre: Sexto

Modalidad: Escolar (Presencial)

Clave de la asignatura: 0410602-9

Clave de la asignatura seriada: n

Duración total en horas:	96	Horas totales docente:	64	Horas totales de estudio independiente:	32	Créditos	6
--------------------------	----	------------------------	----	---	----	----------	---

**Objetivo de la asignatura:**

Comprender los conceptos básicos, los ámbitos de estudio teórico y político, así como las áreas de aplicación programática de la perspectiva de género, incluyendo su transversalización, y desarrollar la sensibilidad necesaria para analizar y diseñar políticas y programas locales, nacionales e internacionales, incorporando la perspectiva de género.

**Contenido temático:**

**I. Conceptos básicos del estudio del género**

- 1.1. Conceptos
- 1.2. Sexo y género
- 1.3. Igualdad, equidad, paridad
- 1.4. Discriminación y violencia basada en género y contra la mujer
- 1.5. Empoderamiento económico
- 1.6. El enfoque feminista
- 1.7. Poder y dominación: introducción a la transversalización
- 1.8. Producción y reproducción
- 1.9. La división social del trabajo
- 1.10. Marcos legales internacionales y regionales
- 1.11. Declaración y Plataforma de Acción de Beijing
- 1.12. Convención sobre la Eliminación de Todas las Formas de Discriminación contra la Mujer (CEDAW)
- 1.13. Convención Interamericana para prevenir, sancionar y erradicar la violencia contra la mujer “Belem do Pará”
- 1.14. La Igualdad de Género en la Agenda 2030

**II. Ámbitos del estudio y aplicación de la perspectiva de género**

- 2.1. El mundo laboral
- 2.2. Economía de cuidado

- 2.3. Responsabilidad y decisión
- 2.4. Ejemplos prácticos y retos pendientes

### **III. El mundo político**

- 3.1. Participación
- 3.2. Representación
- 3.3. Ejemplos prácticos y retos pendientes

### **IV. Instituciones estatales**

- 4.1. Agencias especializadas
- 4.2. El papel de las cortes
- 4.3. Ejemplos prácticos y retos pendientes

### **V. Transversalización de la agenda de género en programas y políticas**

- 5.1. Programas con perspectiva de género
- 5.2. Pobreza
- 5.3. Salud
- 5.4. Seguridad
- 5.5. Política exterior feminista de México y Canadá
- 5.6. El caso de México
- 5.7. El caso de Canadá
- 5.8. Recursos y herramientas programáticas
- 5.9. Programa de Naciones Unidas para el Desarrollo
- 5.10. Agencia Española de Cooperación Internacional para el Desarrollo

#### **Criterios de evaluación:**

1) Evaluaciones parciales	40%
2) Tareas y participación	30%
3) Evaluación final	30%
	100%

#### **Estrategias de enseñanza:**

Con docente:

- Clase expositiva y demostrativa
- Exposición de investigaciones y experiencias
- Dinámicas grupales

De estudio independiente:

- Realizar investigaciones
- Análisis de casos, ensayos
- Lecturas recomendadas

### **Instalaciones y equipo especial:**

- Aula

### **Recursos y tecnologías de la información:**

- Cañón
- Computadora
- Internet

### **Perfil Idóneo del docente:**

- a. Nivel Educativo: Licenciatura
- b. Área de conocimiento: Ciencias sociales, administración y derecho
- c. Campo laboral y profesional: 2 años de experiencia profesional en el sector público, privado o no lucrativo en temas vinculados a los recursos naturales, económicos y/o demográficos de México.
- d. Experiencia docente: 2 años en licenciatura

### **Orientaciones bibliográficas:**

- Ferguson, L (2019). "Future Directions for Feminist Gender Training," in A Transformative Tool for Gender Equality: London; Palgrave Pivot.
- Primer informe del Relator Especial de Naciones para la no violencia y no discriminación por motivos de orientación sexual e identidad de género (2017). Oficina de la Alta Comisionada de Naciones Unidas para los Derechos Humanos. Ginebra.
- Status of Women Canada. 2017. Gender Based Analysis Plus (GBA+). Government of Canada.
- Syed, J., & Ali, F. (2019). "A relational perspective on gender equality and mainstreaming mainstreaming," Human Resource Development International, 22:1, pp. 4-24



**UNIVERSIDAD  
MODELO  
VALLADOLID**

**Plan de Estudios:  
Licenciatura en Gestión de Negocios  
Programa de asignatura**

Asignatura: Optativa IV: Logística de fabricación.

Semestre: Sexto

Modalidad: Escolar (Presencial)

Clave de la asignatura: 0410602-10

Clave de la asignatura seriada: n

Duración total en horas:	96	Horas totales docente:	64	Horas totales de estudio independiente:	32	Créditos:	6
--------------------------	----	------------------------	----	---	----	-----------	---

**Objetivo de la asignatura:**

Planificar los procesos operativos que tienen lugar en el área de fabricación, para asegurar la total satisfacción de todas las partes interesadas en la cadena de suministros.

**Contenido temático:**

**I. La creación del medio televisivo.**

- 1.1. Invento de la televisión.
- 1.2. Inicio de la televisión como medio de comunicación.

**II. Introducción a la dirección de producción**

- 2.1. Fundamentos de producción
- 2.2. Significado de la producción a nivel nacional
- 2.3. Análisis de la productividad
- 2.4. Las decisiones previas a la puesta en marcha de la producción
- 2.5. La dirección estratégica

**III. ¿Qué producir?: análisis del producto**

- 3.1. El producto desde el punto de vista del marketing
- 3.2. Concepto de producto
- 3.3. Diferentes acepciones del producto ¿tangible, ampliado, genérico, diferenciado?
- 3.4. La imagen de marca
- 3.5. El producto a través de sus atributos
- 3.6. Selección del producto: ciclo de vida, estrategias, nuevos productos.
- 3.7. El producto desde el punto de vista del director de producción
- 3.8. El diseño del producto
- 3.9. Test de producto
- 3.10. Test de mercado

3.11. Análisis de valor

**IV. ¿Cuánto producir?: determinación de la capacidad de planta**

- 4.1. Concepto
- 4.2. Clases de capacidad
- 4.3. Determinación de las necesidades futuras de capacidad
- 4.4. La capacidad y la demanda
- 4.5. Estrategias de adaptación de la capacidad actual
- 4.6. La capacidad y la estadística
- 4.7. La capacidad y los árboles de decisión
- 4.8. La capacidad y el punto muerto
- 4.9. La capacidad y la tecnología

**V. ¿Dónde producir?: la localización de la planta productiva**

- 5.1. Factores que afectan a la localización
- 5.2. Métodos de localización
- 5.3. El método de los factores ponderados
- 5.4. El método del punto muerto
- 5.5. Métodos basados en la consideración de un solo factor
- 5.6. El método del centro de gravedad
- 5.7. Los métodos del transporte

**VI. ¿Cómo producir?: el diseño del proceso de producción**

- 6.1. Significado del diseño del proceso de producción
- 6.2. Estrategias de proceso"
- 6.3. Procesos enfocados a la fabricación de lotes
- 6.4. Procesos enfocados a proyectos
- 6.5. Procesos continuos'
- 6.6. Factores relacionados con la elección de un proceso
- 6.7. Elección de un proceso
- 6.8. Los procesos en las empresas de servicios

**VII. Modelos de gestión de la producción**

- 7.1. MRP II (Manufacturing Resources Planning)
- 7.2. JIT (Just in Time)
- 7.3. TOC (Theory of Constraints)
- 7.4. PBC (Period Batch Control)
- 7.5. Introducción a la producción ajustada

**VIII. Principios de la producción ajustada**

- 8.1. Introducción
- 8.2. Gestión de cadena de suministro
- 8.3. Producción ajustada en el contexto de la logística ajustada
- 8.4. Lean Manufacturing — Lean Logistics
- 8.5. Variables de desempeño productivo y logístico
- 8.6. Indicadores de gestión
- 8.7. Mejora de las variables de desempeño
- 8.8. Concepto de cadena de valor
- 8.9. Valor /despilfarro
- 8.10. Análisis de conceptos de valor/despilfarro
- 8.11. Tipos de despilfarro

- 8.12. Técnicas, herramientas y metodologías de mejora
- 8.13. Eficiencia como indicador de rendimiento en la planta
- 8.14. Concepto de 6 grandes pérdidas
- 8.15. Metodología SMED
- 8.16. Flexibilidad en el mix de producción vs stock
- 8.17. Fases de implantación de la metodología SMED
- 8.18. Caso real de aplicación de la metodología SMED
- 8.19. Metodología SS
- 8.20. Fases de implantación de la metodología 5S
- 8.21. Casos reales de implantación de proyectos 5S

#### **Criterios de evaluación:**

1) Evaluaciones parciales	40%
2) Tareas y participación	30%
3) Evaluación final	30%
	100%

#### **Estrategias de enseñanza:**

Con docente:

- Clase expositiva y demostrativa
- Exposición de investigaciones y experiencias
- Dinámicas grupales

De estudio independiente:

- Realizar investigaciones
- Análisis de casos, ensayos
- Lecturas recomendadas

#### **Instalaciones y equipo especial:**

- Aula
- Proyector

#### **Recursos y tecnologías de la información:**

- Cañón.
- Internet.

#### **Perfil Idóneo del docente:**

- a. Nivel Educativo: Licenciatura.
- b. Área de conocimiento: Administración, Ciencias Sociales y Derecho.

- c. Campo laboral y profesional: Experiencia en producción televisiva mínima 1 año.
- d. Experiencia docente: 2 años a nivel Licenciatura.

#### **Orientaciones bibliográficas:**

- Arias, D. y Minguela, B. (2018). Dirección de la producción y operaciones: decisiones operativas. España: Ed. Pirámide
- D'Alessio, F. (2018). Administración de las operaciones productivas: conceptos, casos y ejercicios razonados. México: Ed. Pearson.



**Plan de Estudios:**  
**Licenciatura en Gestión de Negocios**  
**Programa de asignatura**

Asignatura: Técnicas de negociación y ventas

Semestre: Sexto

Modalidad: Escolar (Presencial)

Clave de la asignatura: 0410603

Clave de la asignatura seriada: n

Duración total en horas:	112	Horas totales docente:	64	Horas totales de estudio independiente:	48	Créditos:	7
--------------------------	-----	------------------------	----	---	----	-----------	---

**Objetivo de la asignatura:**

Comprender los principios involucrados en el proceso de una venta recurriendo a técnicas de comunicación para lograr empatía con los clientes, superar objeciones y cerrar negocios.

**Contenido temático:**

**I. Introducción a las Ventas y los Conceptos Básicos.**

- 1.1. Concepto actual del marketing y de la venta
- 1.2. Comunicación, Escucha, Asertividad y Características del buen consumidor
- 1.3. Establecer y desarrollar relaciones con los clientes

**II. La Negociación en la Venta**

- 2.1. Identificar las necesidades y problemas del cliente
- 2.2. Desarrollo de una estrategia de producto por parte del vendedor
- 2.3. El posicionamiento y la diferenciación de la oferta empresarial

**III. Fases de las Ventas**

- 3.1. Fase Previa y Demostración de Ventas
- 3.2. Negociación y Manejo de Objeciones
- 3.3. El Cierre de la Venta
- 3.4. Base de Datos y la Venta Electrónica

**Criterios de evaluación:**

1) Evaluaciones parciales	40%
2) Tareas y participación	30%
3) Evaluación final	30%
	100%

**Estrategias de enseñanza:**

Con docente:

- Clase expositiva y demostrativa
- Exposición de investigaciones y experiencias
- Dinámicas grupales

De estudio independiente:

- Realizar investigaciones
- Análisis de casos, ensayos
- Lecturas recomendadas

**Instalaciones y equipo especial:**

- Proyector
- Aula

**Recursos y tecnologías de la información:**

- Lap tops e internet

**Perfil Idóneo del docente:**

- a. Nivel Educativo: Licenciatura
- b. Área de conocimiento: Ciencias Sociales, Administración y Derecho.
- c. Campo laboral y profesional: Ventas en B2C y B2B, Administración de Fuerzas de Venta y Empresas
- d. Experiencia docente: 2 años en Licenciatura

**Orientaciones bibliográficas:**

- Artal, M. (2017). Dirección de ventas, organización del departamento de ventas y gestión de vendedores (15<sup>a</sup> edición). España: Ed. ESIC.
- Mañas, L. (2017). *Manual: técnicas de venta*. España: Ed. CEP.



**UNIVERSIDAD  
MODÉLO  
VALLADOLID**

**Plan de Estudios:  
Licenciatura en Gestión de Negocios  
Programa de asignatura**

Asignatura: Optativa V: Práctica de auditoria.

Semestre: Sexto

Modalidad: Escolar (Presencial)

Clave de la asignatura: 0410604-1

Clave de la asignatura seriada: n

Duración total en horas:	96	Horas totales docente:	64	Horas totales de estudio independiente:	32	Créditos:	6
--------------------------	----	------------------------	----	---	----	-----------	---

**Objetivo de la asignatura:**

Aplicar las técnicas y procedimientos de auditoría basándose en las disposiciones normativas y legislativas correspondientes

**Contenido temático:**

**I. Planeación de auditoría**

- 1.1 Planeación del tiempo y asignación del personal
- 1.2 Costeo del trabajo
- 1.3 Junta del personal de auditoría
- 1.4 Memorándum de planeación
- 1.5 Programa de auditoría

**II. Estudio y evaluación del control interno**

- 2.1 Conceptos y objetivos
- 2.2 Metodología para el estudio y evaluación del control interno
- 2.3 Pruebas de cumplimiento y sustantivas
- 2.4 Estructura del control
- 2.5 Estudio y evaluación del control interno por procesamiento electrónico de datos
- 2.6 Ciclos de transacciones
- 2.7 Objetivos y sus riesgos
- 2.8 Organización y planeación

**III. Antecedentes a la práctica de auditoria**

- 3.1 Diferencia entre auditoría interna y externa
- 3.2 Documentación
- 3.3 Control de calidad
- 3.4 Responsabilidad del auditor

- 3.5 Confirmaciones de Abogados
- 3.6 Carta convenio y confirmaciones
- 3.7 Procedimientos
- 3.8 Partes relacionadas
- IV. Planeación y programa de trabajo**
  - 4.1 Planeación de los procedimientos
  - 4.2 Información requerida para la auditoría
  - 4.3 Programa de pruebas de cumplimiento y sustantivas
  - 4.4 Preparación de papeles de trabajo
- V. Cierre de auditoría y preparación del informe**
  - 5.1 Conclusiones en cédulas sumarias
  - 5.2 Confirmaciones finales
  - 5.3 Carta a la gerencia
  - 5.4 Cédulas de ajuste y reclasificaciones
  - 5.5 Discusión del contenido con el cliente
  - 5.6 Legajos de Auditoría
  - 5.7 Archivo permanente
  - 5.8 Archivo temporal
- VI. Conclusiones y elaboración del dictamen**
  - 6.1 Formato del dictamen y situaciones a informar
  - 6.2 Dictamen limpio, con salvedades, negativo o abstención de opinión

#### **Criterios de evaluación:**

1) Evaluaciones parciales	40%
2) Tareas y participación	30%
3) Evaluación final	30%
	100%

#### **Estrategias de enseñanza:**

Con docente:

- Clase expositiva y demostrativa
- Exposición de investigaciones y experiencias
- Dinámicas grupales

De estudio independiente:

- Realizar investigaciones
- Análisis de casos, ensayos
- Lecturas recomendadas

#### **Instalaciones y equipo especial:**

- Aula
- Proyector

#### **Recursos y tecnologías de la información:**

- Cañón.
- Internet.

#### **Perfil Idóneo del docente:**

- a. Nivel Educativo: Licenciatura.
- b. Área de conocimiento: Administración, Ciencias Sociales y Derecho.
- c. Campo laboral y profesional: Contabilidad, Auditoria y Finanzas mínimo 1 año.
- d. Experiencia docente: 2 años a nivel Licenciatura.

#### **Orientaciones bibliográficas:**

- Comisión de normas de auditoría y aseguramiento (2020). Guías de auditoría. México: Ed. Instituto Mexicano de Contadores Públicos.
- Sánchez, J. y Alvarado, M. (2017). Teoría y práctica de la auditoría II: análisis de áreas y casos prácticos (7<sup>a</sup> edición). España: Ed. Pirámide.



**UNIVERSIDAD  
MODELO  
VALLADOLID**

**Plan de Estudios:  
Licenciatura en Gestión de Negocios  
Programa de asignatura**

Asignatura: Optativa V: Lenguaje y producción televisiva.

Semestre: Sexto

Modalidad: Escolar (Presencial)

Clave de la asignatura: 0410604-2

Clave de la asignatura seriada: n

Duración total en horas:	96	Horas totales docente:	64	Horas totales de estudio independiente:	32	Créditos:	6
--------------------------	----	------------------------	----	---	----	-----------	---

**Objetivo de la asignatura:**

Analizar la creación de imagen con mensajes planificados desde los elementos históricos y actuales del lenguaje televisivo.

**Contenido temático:**

**I. La creación del medio televisivo.**

- 1.1. Invento de la televisión.
- 1.2. Inicio de la televisión como medio de comunicación.

**II. La televisión de México.**

- 2.1. Inicio de la televisión en México.
- 2.2. Aportaciones tecnológicas de México para el mundo.
- 2.3. Evolución de la televisión en México.

**III. La formación de imagen.**

- 3.1. La conformación de la imagen.
- 3.2. La relación de los aspectos.

**IV. Normas televisivas.**

- 4.1. PAL
- 4.2. SECAM.
- 4.3. NTSC.
- 4.4. HDTV.

**V. La transmisión y recepción de la imagen.**

- 5.1. El principio de estautorvisión.
- 5.2. El uso de las re transmisoras.
- 5.3. La inclusión de los satélites en el medio

**VI. La clasificación de las cámaras de televisión.**

- 6.1. Cámaras de estudio y cámaras de locación.
- 6.2. Componentes tecnológicos

**VII. Equipos básicos de producción.**

- 7.1. El switcher de video.
- 7.2. La consola de audio
- 7.3. Tipos de micrófonos para televisión
- 7.4. Tipos de lámparas para televisión.

**VIII. Puestos de la producción y etapas de la realización.**

- 8.1. Formatos de guión y sus usos.
- 8.2. Producción
- 8.3. Post-Producción

**IX. El guión televisivo.**

- 9.1. Tipos de guión.
- 9.2. Formatos para elaborar guiones televisivos.

**X. Estructura literaria de un guión.**

- 10.1. Los elementos técnicos.
- 10.2. Los elementos narrativos.
- 10.3. Géneros periodísticos aplicados.

**Criterios de evaluación:**

1) Evaluaciones parciales	40%
2) Tareas y participación	30%
3) Evaluación final	30%
	100%

**Estrategias de enseñanza:**

Con docente:

- Clase expositiva y demostrativa
- Exposición de investigaciones y experiencias
- Dinámicas grupales

De estudio independiente:

- Realizar investigaciones
- Análisis de casos, ensayos
- Lecturas recomendadas

**Instalaciones y equipo especial:**

- Aula
- Proyector

**Recursos y tecnologías de la información:**

- Cañón.
- Internet.

**Perfil Idóneo del docente:**

- a. Nivel Educativo: Licenciatura.
- b. Área de conocimiento: Administración, Ciencias Sociales y Derecho.
- c. Campo laboral y profesional: Experiencia en producción televisiva mínima 1 año.
- d. Experiencia docente: 2 años a nivel Licenciatura.

**Orientaciones bibliográficas:**

- Rita, H. (2017). Taller de producción audiovisual I. España: Ed.EPC
- Ortiz, María J. (2018). Producción y realización en medios audiovisuales. España: Ed. RUA Universidad de Alicante



**Plan de Estudios:**  
**Licenciatura en Gestión de Negocios**  
**Programa de asignatura**

Asignatura: Optativa V: Sociología del turismo.

Semestre: Sexto

Modalidad: Escolar (Presencial)

Clave de la asignatura: 0410604-3

Clave de la asignatura seriada: n

Duración total en horas:	96	Horas totales docente:	64	Horas totales de estudio independiente:	32	Créditos:	6
--------------------------	----	------------------------	----	---	----	-----------	---

**Objetivo de la asignatura:**

Conocer las teorías sociológicas y antropológicas e identificar los elementos que integran el turismo desde el punto de vista de la sociología, para que al finalizar el curso se logre comprender el fenómeno turístico, y la necesidad de éste en las sociedades urbanizadas.

**Contenido temático:**

- I. Ciencia social y sentido común**
  - 1.1. Concepto
  - 1.2. Características
  - 1.3. Diferencias
- II. La observación científica y sus características**
  - 2.1. La observación
  - 2.2. Las características
  - 2.3. El método científico
- III. Conceptos de sociología y antropología**
  - 3.1. Conceptos de: El hombre, la sociedad y la empresa
  - 3.2. Teorías sociológicas
  - 3.3. La cultura como contenido general
  - 3.4. Cultura y empresa
- IV. El proceso de desarrollo de la sociedad moderna**
  - 4.1. Desarrollo de la sociedad y la tecnología.
  - 4.2. Proceso de industrialización mundial.
- V. La dinámica socioeconómica de los países en la globalización**
  - 5.1. Económica

5.2. Tecnológica

5.3. Social

5.4. Política

**VI. Cultura y Sociedad**

6.1. Desarrollo social y cultural

6.2. La cultura como un sistema de normas

6.3. La estructura de la cultura

6.4. Elementos de la cultura.

6.5. El proceso de socialización.

6.6. Tipos y agentes de socialización.

6.7. Individuo y grupo.

6.8. Grupos y organización social.

**VII. Concepto y campo de acción de la sociología en relación con el turismo**

7.1. La sociología como ciencia y su desarrollo histórico.

7.2. Perspectivas en sociología

7.3. Diferentes teorías sociológicas

7.4. Campos y métodos de la sociología y turismo

**VIII. Definición de turismo.**

8.1. Impacto del turismo en la sociedad.

8.2. El sujeto y el objeto del turismo.

**IX. Los principios de la sociología. Sociedad y Cultura.**

9.1. Sociedad industrial y urbanización.

9.2. Individuo y sociedad. Sociología y cambio social.

9.3. Las teorías sociológicas clásicas. Modernidad y postmodernidad.

**X. Aproximación a la Sociología del Turismo.**

10.1. Tendencias y etapas en la Sociología del Turismo.

10.2. Conceptos y prácticas sociales.

10.3. Áreas de análisis.

10.4. Diagnóstico social, beneficio social y económico en las comunidades por el turismo

**XI. El turismo como una necesidad en las sociedades urbanizadas**

11.1. Bienes y servicios

11.2. Beneficios social y económico

11.3. Convivencia entre anfitriones y visitantes

11.4. Necesidad de conservar nuestras costumbres ante la introducción de otras culturas.

11.5. Aspectos negativos del turismo en la sociedad

11.6. Elementos recientes en el análisis del turismo como hecho social.

11.7. La mirada del turista

**XII. Tipologías sociológicas del turismo.**

12.1. Significados sociales de las culturas turísticas.

12.2. Tipos de turistas. Perfiles del viajero.

12.3. La interacción social del turismo: seguridad y libertad.

12.4. Turismo y estructura social.

12.5. La macDonalización del turismo.

**XIII. Turismo, desarrollo social y empleo.**

13.1. Mercado turístico: oferta y demanda, calidad y cantidad.

13.2. La socioeconomía de los lugares turísticos.

13.3. Vida cotidiana, ecología y riesgo social.

13.4. Sociología del empleo turístico

**XIV. Turismo Religioso.**

14.1. Geografía del turismo religioso

14.2. Turismo religioso musulmán

14.3. Año Santo.

14.4. El Burgo de las naciones

14.5. Semana Santa.

14.6. 1.6 Monasterios y santuarios

**XV. Turismo de Segunda Residencia**

15.1. Zonas de Preferencia

15.2. Períodos

15.3. Implicaciones en las sociedades en las que se insertan

**XVI. Turismo de Salud**

16.1. Lugares

16.2. Infraestructura que surge

16.3. Cambios y repercusiones en la sociedad

**XVII. Turismo Alternativo**

17.1. Ecoturismo

17.2. Turismo comunitario

17.3. Turismo rural

**XVIII. El proceso de crecimiento de las ciudades de ocio u ociurbes**

18.1. Benidorm como paradigma de ciudad de ocio.

18.2. Características del turismo residencial.

18.3. El sector hotelero frente al turismo residencial

18.4. Algunas razones por las que a los inversores les resulta más ventajoso construir urbanizaciones turísticas en lugar de hoteles.

**XIX. Fases, ciclos y actores del desarrollo turístico.**

19.1. Condiciones para el desarrollo turístico

19.2. El turismo y sus ciclos de vida

19.3. Los actores del desarrollo turístico

**XX. La eclosión del turismo de masas.**

20.1. El turismo de masas

20.2. Las causas del turismo de masa

**XXI. Turismo y sociedad.**

21.1. El turismo como agente de cambio social

21.2. Efectos sociales del desarrollo del turismo

**XXII. Turismo y cultura**

22.1. El turismo y su capacidad de alterar las culturas locales

22.2. Las condiciones del encuentro

**XXIII. Problemas sociales en los polos receptores del turismo.**

23.1. Los tour operadores y su poder de influencia en las zonas receptoras

23.2. Conflictos en las regiones receptoras por fenómenos de saturación

23.3. La crisis del turismo

**XXIV. Consecuencias del Turismo en las sociedades emisoras.**

- 24.1. Condicionantes del viaje turístico
- 24.2. Efectos del turismo en las colectividades emisoras
- 24.3. El turismo como fenómeno retráctil

**Criterios de evaluación:**

1) Evaluaciones parciales	40%
2) Tareas y participación	30%
3) Evaluación final	30%
	100%

**Estrategias de enseñanza:**

Con docente:

- Clase expositiva y demostrativa
- Exposición de investigaciones y experiencias
- Dinámicas grupales

De estudio independiente:

- Realizar investigaciones
- Análisis de casos, ensayos
- Lecturas recomendadas

**Instalaciones y equipo especial:**

- Aula
- Proyector

**Recursos y tecnologías de la información:**

- Cañón.
- Internet.

**Perfil Idóneo del docente:**

- a. Nivel Educativo: Licenciatura.
- b. Área de conocimiento: Administración, Ciencias Sociales y Derecho.
- c. Campo laboral y profesional: Administración de empresas turísticas mínimo 1 año.
- d. Experiencia docente: 2 años a nivel Licenciatura.

### **Orientaciones bibliográficas:**

- Vogeler, C. y Hernández, E. (2018). Introducción al turismo: análisis y estructura. España. Ed. Centro de estudios Ramón Areces.
- Feijoó, J. (2020). Fundamentos de turismo: nuevo enfoque en el siglo XXI. Argentina. Ugerman.
- Ulldemolins, J. y Pecourt, J. (2021). Sociología de la cultura en la era digital: Herramientas para el análisis de las dinámicas culturales del siglo XXI. España: Ed. PUV.



**Plan de Estudios:**  
**Licenciatura en Gestión de Negocios**  
**Programa de asignatura**

Asignatura: Optativa V: Aspectos legales de los negocios electrónicos.

Semestre: Sexto

Modalidad: Escolar (Presencial)

Clave de la asignatura: 0410604-4

Clave de la asignatura seriada: n

Duración total en horas:	96	Horas totales docente:	64	Horas totales de estudio independiente:	32	Créditos:	6
--------------------------	----	------------------------	----	---	----	-----------	---

**Objetivo de la asignatura:**

Minimizar los riesgos y fomentar el funcionamiento más seguro de una empresa electrónica, identificando medidas legales básicas para la protección de los principales bienes jurídicos en los negocios electrónicos, mediante el descubrimiento y ejercicio de valores, el conocimiento del sistema jurídico mexicano y de los principios del e-Business.

**Contenido temático:**

**I. Escala de valores**

- 1.1. Descripción de los criterios que son necesarios para el establecimiento de una escala de valores
- 1.2. Definición y diferenciación de los principales valores universales
- 1.3. Identificación de valores propuestos en diversas obras literarias y cinematográficas actuales

**II. Valor, deber, virtud**

- 2.1. Autoexploración de valores e intercambio de ideas entre sí, a fin de aumentar el desarrollo personal, la confianza grupal y la identificación de valores sociales
- 2.2. Aumento del entendimiento y la conciencia de los propios valores, objetivos y potencial, así como un examen sobre cómo el ejercicio u omisión de valores afectan las decisiones relativas a necesidades y aspiraciones personales
- 2.3. Análisis personal de la forma en que vive hoy por hoy los valores, reflejados en su carácter psicológico

**III. Escala de valores, escala de necesidades.**

- 3.1 Identificación de personalidades axiológicamente maduras en obras literarias y cinematográficas.

- 3.2 Identificación de rasgos básicos de madurez axiológica en su persona
- IV. La persona, sujeto absoluto de valores.**
- 4.1 Asociación de los valores y la persona.
  - 4.2 Los valores no existen con independencia de la persona ni la persona puede ser sin ellos
- V. ¿Qué significa el derecho?**
- 5.1 Demostración de la mayor claridad que ofrece el enfoque lingüístico al metafísico para responder a la pregunta básica respecto a ¿qué es el derecho?
- VI. Identificación de las tres principales acepciones del concepto derecho: “derecho natural”, “derecho positivo” y como sinónimo de “ciencia del derecho” Moral y Derecho**
- 6.1 Análisis del tratamiento que dan el derecho natural y el positivo
  - 6.2 Aspectos de la moral y los valores en el sistema mexicano
- VII. Disciplinas jurídicas relacionadas con el e-comercio**
- 7.1 Análisis de casos relativos al e-comercio
  - 7.2 Identificar disciplinas jurídicas involucradas en el e-comercio
  - 7.3 Bienes jurídicos que se protegen
- VIII. El derecho y la informática**
- 8.1. Tecnología y Derecho
  - 8.2. Informática Jurídica vs Derecho Informático
  - 8.3. Relaciones entre derecho e informática
  - 8.4 Derechos fundamentales de la persona y la informática
- IX. Protección constitucional de la informática (Habeas Data)**
- 9.1. Derecho a la Intimidad
  - 9.2. Derecho a la Información
  - 9.3. Protección Jurídica de la Intimidad
  - 9.4. Seguridad de los Datos Informáticos
- X. Internet y comercio electrónico**
- 10.1 Prestación del servicio en Internet
  - 10.2 Internet y el comercio
  - 10.3 Intercambio electrónico de datos (EDI)
  - 10.4 Pagos por Internet
  - 10.5 Delitos en Internet
  - 10.6 Responsabilidad de las partes en Internet
  - 10.7 Derechos del usuario en Internet
  - 10.8 Contratos mercantiles por Internet
  - 10.9 Documentos electrónicos y firmas digitales
  - 10.10 Entidades de certificación
- XI. Delitos informáticos**
- 11.1 Clasificación
  - 11.2 Características
  - 11.3 Elementos
  - 11.4 Regulación Jurídica
- XII. Legislación de derechos de autor y protección de software**
- 12.1 Evolución histórica a nivel mundial
  - 12.2 Antecedentes y Tratados internacionales

- 12.3 Evolución Histórica en México
- 12.4 Desarrollo legislativo en México
- 12.5 La ley de derecho de autor frente al software
- 12.6 Los derechos de autor en el mundo moderno
- 12.7 Titulares de los derechos de autor
- 12.8 Propiedad intelectual del software
- 12.9 La ley mexicana de derechos de autor frente al software
- 12.10 Derechos morales frente al software
- 12.11 Derechos patrimoniales frente al software

**XIII. Seguridad Informática**

- 13.1 Políticas internacionales
- 13.2 Políticas nacionales
- 13.3 Organismos regionales, nacionales e internacionales
- 13.4 Técnicas tecnológicas
- 13.5 Importancia

**XIV. Informática Forense**

- 14.1 Políticas internacionales
- 14.2 Políticas nacionales
- 14.3 Organismos regionales, nacionales e internacionales
- 14.4 Técnicas tecnológicas
- 14.5 Importancia

**XV. Protección de nombres de dominio**

- 15.1 Definición de nombres de dominio, su clasificación y descripción del proceso para obtenerlos
- 15.2 Definición y explicación del sistema de marcas comerciales
- 15.3 Descripción de la interacción del derecho de propiedad intelectual y los nombres de dominio
- 15.4 Análisis de casos de estudio y ejercicios de aplicación de las normas de protección de nombre de dominio

**XVI. Protección legal de contenidos y sistemas**

- 16.1 Definición e identificación de las libertades de expresión y de información
- 16.2 Enumerar y describir las normas sobre publicidad en la red
- 16.3 Enumerar y describir las normas para la protección de datos personales
- 16.4 Definición y explicación de los derechos de propiedad intelectual relacionados con el contenido
- 16.5 Enumerar y explicar los derechos de propiedad intelectual relacionados con la informática
- 16.6 Responsabilidades de las partes que interactúan en un sitio electrónico

**XVII. Los contratos electrónicos**

- 17.1 Descripción e identificación de los elementos esenciales de los contratos en general
- 17.2 Descripción e identificación de los diferentes tipos de contratos
- 17.3 Enumerar y explicar las diferentes modalidades de pago
- 17.4 La jurisdicción en Internet

**XVIII. Aspectos fiscales del e-comercio**

- 18.1 Descripción e identificación de los problemas relativos a los impuestos derivados de transacciones electrónicas nacionales e internacionales  
18.2 Identificación de los gravámenes a considerar en el e-comercio

**Criterios de evaluación:**

1) Evaluaciones parciales	40%
2) Tareas y participación	30%
3) Evaluación final	30%
	100%

**Estrategias de enseñanza:**

Con docente:

- Clase expositiva y demostrativa
- Exposición de investigaciones y experiencias
- Dinámicas grupales

De estudio independiente:

- Realizar investigaciones
- Análisis de casos, ensayos
- Lecturas recomendadas

**Instalaciones y equipo especial:**

- Aula
- Proyector

**Recursos y tecnologías de la información:**

- Cañón.
- Internet.

**Perfil Idóneo del docente:**

- a. Nivel Educativo: Licenciatura
- b. Área de conocimiento: Ciencias Sociales, Administración y Derecho.
- c. Campo laboral y profesional: Experiencia mínima de un año, a nivel gerencia o dirección en áreas de informática, seguridad informática, sistemas de información o en área relacionada o poseer diploma de especialidad.
- d. Experiencia docente: 2 años a nivel Licenciatura.

**Orientaciones bibliográficas:**

- Laudon, C. (2016). Sistemas de Información Gerencial: administración de la empresa digital. México. Pearson.
- Ramez, E. (2017). Fundamentals Of Database System 7Th Edition. México. Pearson.



**Plan de Estudios:**  
**Licenciatura en Gestión de Negocios**  
**Programa de asignatura**

Asignatura: Optativa V: Comunicación estratégica de la mercadotecnia

Semestre: Sexto

Modalidad: Escolar (Presencial)

Clave de la asignatura: 0410604-5

Clave de la asignatura seriada: n

Duración total en horas:	96	Horas totales docente:	64	Horas totales de estudio independiente:	32	Créditos:	6
--------------------------	----	------------------------	----	---	----	-----------	---

**Objetivo de la asignatura:**

Comprender el papel de la comunicación estratégica en la mezcla de mercadotecnia, para obtener una idea general de los principales métodos que permitan conseguir la mixtura del programa de promoción que abarque el impulso de ventas, publicidad, relaciones públicas y venta personal o mercadotecnia directa.

**Contenido temático:**

- I. Comunicación Integral de Mercadotecnia**
  - 1.1. El concepto de la comunicación estratégica
  - 1.2. El proceso de la comunicación publicitaria
  - 1.3. Comunicación integral de mercadotecnia
- II. Promoción de Ventas**
  - 2.1. Promoción de ventas
  - 2.2. Estrategias y herramientas de la promoción de ventas
- III. Publicidad**
  - 3.1. Historia de la publicidad
  - 3.2. Categorías publicitarias
  - 3.3. Clasificación de anuncios publicitarios
  - 3.4. El líder de opinión
  - 3.5. Características de los medios de comunicación masiva
  - 3.6. Formatos para desarrollar la publicidad radiofónica
- IV. Relaciones Públicas**
  - 4.1. Concepto de las relaciones públicas
  - 4.2. Concepto de relaciones públicas internas
  - 4.3. Concepto de relaciones públicas externas

- 4.4. Plan de relaciones públicas
- V. Venta Personal y Marketing Directo**
- 5.1. Concepto de Mercadotecnia Directa
  - 5.2. Herramientas de la mercadotecnia directa
- VI. Programa de Promoción**
- 6.1. Etapa Inicial del programa de promoción
  - 6.2. Etapa Intermedia del programa de promoción
  - 6.3. Etapa final del programa de promoción
- VII. Análisis y Elección de la Estrategia**
- 7.1. Matriz FODA
  - 7.2. Matriz BCG
  - 7.3. Matriz MPC

**Criterios de evaluación:**

1) Evaluaciones parciales	40%
2) Tareas y participación	30%
3) Evaluación final	30%
	100%

**Estrategias de enseñanza:**

Con docente:

- Clase expositiva y demostrativa
- Exposición de investigaciones y experiencias
- Dinámicas grupales

De estudio independiente:

- Realizar investigaciones
- Análisis de casos, ensayos
- Lecturas recomendadas

**Instalaciones y equipo especial:**

- Aula
- Proyector

**Recursos y tecnologías de la información:**

- Internet
- Equipos de cómputo

**Perfil Idóneo del docente:**

- a. Nivel Educativo: Licenciado en Mercadotecnia, Licenciado en Administración, Licenciado en Comunicación o Carrera Afín.
- b. Área de conocimiento: Ciencias Sociales, Administración y Derecho
- c. Campo laboral y profesional: Experiencia mínima de un año, a nivel gerencia o dirección en áreas de mercadotecnia, publicidad, ventas o administrativas o en área relacionada o poseer diploma de especialidad.
- d. Experiencia docente: 2 años a nivel Licenciatura

**Orientaciones bibliográficas:**

- David, F. (2017). Conceptos de Administración Estratégica. México. Pearson.
- García, E. (2018). Plan de medios de comunicación e internet. España: Ed. Paraninfo.



**UNIVERSIDAD  
MODELO  
VALLADOLID**

**Plan de Estudios:  
Licenciatura en Gestión de Negocios  
Programa de asignatura**

Asignatura: Optativa V: Derecho individual del trabajo.

Semestre: Sexto

Modalidad: Escolar (Presencial)

Clave de la asignatura: 0410604-6

Clave de la asignatura seriada: n

Duración total en horas:	96	Horas totales docente:	64	Horas totales de estudio independiente:	32	Créditos:	6
--------------------------	----	------------------------	----	---	----	-----------	---

**Objetivo de la asignatura:**

Analizar la naturaleza jurídica y aplicación de los conceptos básicos de la parte adjetiva de la Ley Federal del Trabajo, en el ámbito individual laboral

**Contenido temático:**

- I. Derecho individual del trabajo**
  - 1.1 Concepto
  - 1.2 Origen del Derecho del Trabajo
  - 1.3 Sus antecedentes en el extranjero y en México
- II. El desarrollo capitalista, el trabajo y la dignidad humana**
  - 2.1 Caracteres del Derecho del Trabajo
  - 2.2 Principios del Derecho del Trabajo
  - 2.3 Esencia y fines del Derecho del Trabajo
- III. Contrato de trabajo**
  - 3.1 Definición
  - 3.2 Objeto
  - 3.3 Modalidades.
- IV. La relación de trabajo**
  - 4.1 Concepto
  - 4.2 Elementos
- V. El contrato de trabajo**
  - 5.1 Concepto
  - 5.2 Relación con el trabajador
- VI. Estabilidad en el empleo**
  - 6.1 Concepto

- 6.2 Modalidades
- 6.3 Principios que la rigen
- VII. Relación laboral**
  - 7.1 Concepto
  - 7.2 Duración de la relación laboral
  - 7.3 Excepciones a su duración indefinida
- VIII. El despido**
  - 8.1 Concepto
  - 8.2 Separación
- IX. Terminación de la relación de trabajo**
  - 9.1 Causas y consecuencias
  - 9.1 Responsabilidad en los casos de disolución de la relación
- X. Indemnización**
  - 10.1 Concepto
  - 10.1 Procedencia
  - 10.2 Régimen de indemnizaciones
- XI. Condiciones de trabajo**
  - 11.1 Concepto
  - 11.2 Clasificación
  - 11.3 Objeto
- XII. Formas de fijación**
  - 12.1 Técnicas para su modificación
  - 12.2 Órganos supervisores de la seguridad
- XIII. Obligaciones del patrón**
  - 13.1 Concepto
  - 13.2 Principales
  - 13.3 Accesorias
- XIV. Obligaciones del trabajador**
  - 14.1 Concepto
  - 14.2 Principales
  - 14.3 Accesorias
- XV. Consecuencias de su incumplimiento**
  - 15.1 Por parte del patrón
  - 15.2 Por parte del trabajador
- XVI. Capacitación y adiestramiento**
  - 16.1 Concepto
  - 16.2 Objeto
  - 16.3 Lugar de capacitación
- XVII. Antigüedad y ascenso**
  - 17.1 Derechos de preferencia
  - 17.2 Sistemas de escalafón
- XVIII. Invenciones de los trabajadores**
  - 18.1 Atribución de derechos
  - 18.2 Protección
- XIX. Jornada de trabajo**
  - 19.1 Antecedentes históricos para su regulación

- 19.2 Concepto
- XX. Clasificación de la Jornada**
  - 20.1 Diurna
  - 20.2 Nocturna
  - 20.3 Mixta
  - 20.4 Extraordinaria
  - 20.5 Humanitaria
  - 20.6 Continua
  - 20.7 Discontinua.
- XXI. Días de descanso**
  - 21.1 Descanso semanal
  - 21.2 Descanso obligatorio
- XXII. Vacaciones**
  - 22.1 Períodos
  - 22.2 Prima de vacaciones
  - 22.3 Consecuencia de su incumplimiento
- XXIII. El salario**
  - 23.1 Concepto
  - 23.2 Formas
- XXIV. Integración del salario**
  - 24.1 Salario mínimo
  - 24.2 General
  - 24.3 Profesional
  - 24.4 Industrial
  - 24.5 Remunerador
  - 24.6 Normas protectoras
- XXV. Legislación laboral**
  - 25.1 Concepto de prima de antigüedad
  - 25.2 Formas para su determinación
- XXVI. Obligaciones e incumplimientos**
  - 26.1 Obligación patronal respecto al pago de prima
  - 26.2 Consecuencias de su incumplimiento
- XXVII. El derecho de participación de la utilidad**
  - 27.1 Diversos conceptos
  - 27.2 Instituciones afines
- XXVIII. Conceptualización legal**
  - 28.1 Regulación constitucional
  - 28.2 Regulación en la Ley Federal del Trabajo
- XXIX. Rescisión de las relaciones de trabajo**
  - 29.1 Concepto
  - 29.2 Causas de rescisión
- XXX. Despidos.**
  - 30.1 Causales del despido
  - 30.2 Separación
  - 30.3 Causales
  - 30.4 Técnica formal del despido

- 30.5 Técnicas de la separación
- 30.6 Despido arbitrario
- XXXI. Consecuencias al despido**
  - 31.1 Indemnización
  - 31.2 Reinstalación
  - 31.3 Salarios caídos y vencidos
  - 31.4 Negativa a reinstalar
  - 31.5 Excepciones
  - 31.6 Régimen indemnizatorio
- XXXII. Terminación de las relaciones de trabajo**
  - 32.1 Forma individual
  - 32.2 Forma colectiva
  - 32.3 Mutuo consentimiento
  - 32.4 Su técnica formal
- XXXIII. Presupuesto liberatorio de responsabilidad**
  - 33.1 La muerte del trabajador y sus afectos
  - 33.2 Por conclusión
  - 33.3 Obra, vigencia
  - 33.4 Incapacidad definitiva
  - 33.5 Inversión de capital
  - 33.6 Sustitución patronal
- XXXIV. La suspensión laboral**
  - 34.1 Concepto
  - 34.2 Efectos de la suspensión.
  - 34.3 Clasificación
  - 34.4 Individual
  - 34.5 Colectiva
  - 34.6 Enfermedad
  - 34.7 Incapacidad temporal
  - 34.8 Prisión preventiva
  - 34.9 Arresto
  - 34.10 Servicios y cargos constitucionales
  - 34.11 Representaciones laborales
  - 34.12 Faltas de documentos
- XXXV. Trabajos especiales**
  - 35.1 Disposiciones generales
  - 35.2 Clasificación laboral
- XXXVI. Trabajo de industria familiar**
  - 36.1 Regulación laboral
  - 36.2 Requisitos
- XXXVII. Trabajos en las Universidades e Instituciones de Educación Superior Autónomas por Ley**
  - 37.1 Concepto
  - 37.2 Regulación laboral
- XXXVIII. Protección a la mujer y al menor**
  - 38.1 Trabajo extraordinario

- 38.2 Trabajo nocturno
- 38.3 Labores insalubres
- XXXIX. Protección a la maternidad**
  - 39.1 Incapacidad por maternidad
  - 39.2 Protección a los menores
- XL. Riesgos profesional**
  - 40.1 Concepto
  - 40.2 Clasificaciones
  - 40.3 Consecuencias
- XLI. Diversas clases de incapacidades**
  - 41.1 Beneficios en caso de indemnización
  - 41.2 Rehabilitación del trabajador
- XLII. Organización internacional del trabajo**
  - 42.1 Objeto
  - 42.2 Estructura
  - 42.3 Naturaleza
  - 42.4 Formalidades
- XLIII. Convenios y recomendaciones**
  - 43.1 Regulación
  - 43.2 Beneficios en caso de indemnización
- XLIV. La caducidad laboral**
  - 44.1 Concepto
  - 44.2 Términos
- XLV. Presupuestos**
  - 45.1 Técnicas
  - 45.2 Reglamentación

#### **Criterios de evaluación:**

1) Evaluaciones parciales	40%
2) Tareas y participación	30%
3) Evaluación final	30%
	100%

#### **Estrategias de enseñanza:**

Con docente:

- Clase expositiva y demostrativa
- Exposición de investigaciones y experiencias
- Dinámicas grupales

De estudio independiente:

- Realizar investigaciones
- Análisis de casos, ensayos
- Lecturas recomendadas

### **Instalaciones y equipo especial:**

- Aula
- Proyector

### **Recursos y tecnologías de la información:**

- Cañón.
- Internet.

### **Perfil Idóneo del docente:**

- a. Nivel Educativo: Licenciatura
- b. Área de conocimiento: Administración, Ciencias Sociales y Derecho.
- c. Campo laboral y profesional: Experiencia mínima de un año en el campo del derecho.
- d. Experiencia docente: 2 años a nivel Licenciatura.

### **Orientaciones bibliográficas:**

- Buen, N. (2018) Derecho Procesal de trabajo II (20<sup>a</sup> edición). México: Ed. Porrúa.
- Dávalos, J. (2017). Derecho colectivo y procesal de trabajo (11<sup>a</sup> edición). México: Ed. Porrúa.



**UNIVERSIDAD  
MODELO  
VALLADOLID**

**Plan de Estudios:  
Licenciatura en Gestión de Negocios  
Programa de asignatura**

Asignatura: Optativa V: Administración de eventos deportivos.

Semestre: Sexto

Modalidad: Escolar (Presencial)

Clave de la asignatura: 0410604-7

Clave de la asignatura seriada: n

Duración total en horas:	96	Horas totales docente:	64	Horas totales de estudio independiente:	32	Créditos:	6
--------------------------	----	------------------------	----	---	----	-----------	---

**Objetivo de la asignatura:**

Aplicar los elementos que intervienen en la administración del deporte como parte fundamental de los procesos administrativos.

**Contenido temático:**

- I. Introducción a la administración de eventos deportivos.**
  - 1.1 Conceptos básicos de administración de eventos deportivos.
  - 1.2 Procesos de planeación.
- II. Finalidad de los eventos deportivos.**
  - 2.1 Bien social.
  - 2.2 Interés personal.
- III. Beneficios de un evento deportivo.**
  - 3.1 Económico.
  - 3.2 Social y salud.
  - 3.3 Turístico.
  - 3.4 Deportivo.
  - 3.5 Posicionamiento empresarial.
  - 3.6 Infraestructura.
  - 3.7 Político.
- IV. Documentación inicial.**
  - 4.1 Convocatoria.
  - 4.2 Boletines.
  - 4.3 Centro operativo.
- V. Información complementaria.**
  - 5.1 Servicios de emergencia.
  - 5.2 Servicios de seguridad.
- VI. Ubicación de sedes.**

- 6.1 Eventos deportivos.
- 6.2 Hospitales cercanos.
- VII. Memoria.**
  - 7.1 Resultados deportivos.
  - 7.2 Resultados operativos.
- VIII. Planeación de eventos deportivos.**
  - 8.1 Planeación de la administración deportiva.
  - 8.2 Recursos humanos.
  - 8.3 Trámites administrativos internos y públicos.
  - 8.4 Financiamiento.
  - 8.5 Alojamiento y transporte.
  - 8.6 Difusión y promoción.
  - 8.7 Instalaciones especiales, accesos y acreditaciones.
- IX. Organización.**
  - 9.1 Tipos de organización de eventos deportivos.
  - 9.2 Beneficios de una organización programada.
  - 9.3 Actos de protocolo.
  - 9.4 Atención a participantes, invitados y medios de comunicación.
  - 9.5 Riesgos de una organización improvisada.
- X. Sistemas de competencia por eliminación.**
  - 10.1 Sencilla.
  - 10.2 Doble.
- XI. Sistemas de competencias por puntos.**
  - 11.1 Una vuelta.
  - 11.2 Dos vueltas.
- XII. Fútbol.**
  - 12.1 Fútbol soccer.
  - 12.2 Fútbol rápido.
  - 12.3 Fútbol 7.
  - 12.4 Fútbol de playa.
- XIII. Voleibol.**
  - 13.1 Voleibol de sala.
  - 13.2 Voleibol de playa.
- XIV. Basquetbol y balonmano.**
  - 14.1 Basquetbol FIBA.
  - 14.2 Mini balonmano.
  - 14.3 Balonmano profesional.

**Criterios de evaluación:**

1) Evaluaciones parciales	40%
2) Tareas y participación	30%
3) Evaluación final	30%
	100%

### **Estrategias de enseñanza:**

Con docente:

- Clase expositiva y demostrativa
- Exposición de investigaciones y experiencias
- Dinámicas grupales

De estudio independiente:

- Realizar investigaciones
- Análisis de casos, ensayos
- Lecturas recomendadas

### **Instalaciones y equipo especial:**

- Aula
- Proyector

### **Recursos y tecnologías de la información:**

- Cañón.
- Internet.

### **Perfil Idóneo del docente:**

- a. Nivel Educativo: Licenciatura
- b. Área de conocimiento: Ciencias de la Salud.
- c. Campo laboral y profesional: Experiencia 1 año en el área de administración deportiva.
- d. Experiencia docente: 2 años a nivel Licenciatura.

### **Orientaciones bibliográficas:**

- García, M. (2017) Administración de eventos deportivos. México. Editorial Comares
- Ibáñez, S. Antúnez, A. Molina, S. (2021), Nuevas tendencias para el impulso del talento deportivo. España. Editorial Wanceulen S.L.



**UNIVERSIDAD  
MODELO  
VALLADOLID**

**Plan de Estudios:  
Licenciatura en Gestión de Negocios  
Programa de asignatura**

Asignatura: Optativa V: Programación móvil

Semestre: Sexto

Modalidad: Escolar (Presencial)

Clave de la asignatura: 0410604-8

Clave de la asignatura seriada: n

Duración total en horas:	96	Horas totales docente:	64	Horas totales de estudio independiente:	32	Créditos:	6
--------------------------	----	------------------------	----	---	----	-----------	---

**Objetivo de la asignatura:**

Aplicar los conocimientos teórico-prácticos para diseñar, programar y publicar aplicaciones realizadas para dispositivos móviles en sistemas operativos Android e iOS..

**Contenido temático:**

**I. Introducción a las tecnologías de móviles**

- 1.1 Evolución de los dispositivos móviles.
- 1.2 Introducción a las tecnologías y herramientas móviles.
- 1.3 Tecnologías emergentes.
- 1.4 Tecnología de clientes ligeros: tecnología inalámbrica, redes de datos de radio, tecnología de microondas, redes de radio móvil, asistentes personales digitales, tarjetas inteligentes.

**II. Arquitecturas y entorno de desarrollo.**

- 2.1 Arquitecturas
- 2.2 Entorno de desarrollo
- 2.3 Requerimientos de los dispositivos ligeros
- 2.4 Lenguajes de programación
- 2.5 Configuraciones
- 2.6 Perfiles

**III. Sistemas operativos para dispositivos móviles. (iOS y Android)**

- 3.1 Tipos de Sistemas Operativos.
- 3.2 Funciones y estructuras.
- 3.3 Comunicación. Protocolos.
- 3.4 Seguridad en dispositivos móviles.

**IV. Desarrollo de aplicaciones móviles. (iOS y Android)**

- 4.1 Instalación entorno de desarrollo (Eclipse).
- 4.2 Metodología de desarrollo y ejecución.
- 4.3 Uso de formularios Web móvil.
- 4.4 Uso de controles.
- 4.5 Diseño Interfaces de usuario.

**V. Administración de datos en dispositivos móviles. (iOS y Android)**

- 5.1 Introducción.
- 5.2 Modelo de objetos de acceso a datos.
- 5.3 Manipulación de datos.
- 5.4 Sincronización de información.
- 5.5 XML.
- 5.6 JSON.

**VI. Tecnologías de desarrollo web móviles. (iOS y Android)**

- 6.1 Arquitecturas específicas.
- 6.2 Máquinas virtuales y simuladores.
- 6.3 Técnicas de entrada/salida.
- 6.4 Servicios gráficos y de gestión de eventos.
- 6.5 Acceso a bases de datos.
- 6.6 Aplicaciones web móviles.
- 6.7 Entornos de desarrollo.

**Criterios de evaluación:**

1) Evaluaciones parciales	40%
2) Tareas y participación	30%
3) Evaluación final	30%
	100%

**Estrategias de enseñanza:**

Con docente:

- Clase expositiva y demostrativa
- Exposición de investigaciones y experiencias
- Dinámicas grupales

De estudio independiente:

- Realizar investigaciones
- Análisis de casos, ensayos
- Lecturas recomendadas

**Instalaciones y equipo especial:**

- Aula
- Proyector

### **Recursos y tecnologías de la información:**

- Cañón.
- Internet.

### **Perfil Idóneo del docente:**

- a. Nivel Educativo: Ingeniería.
- b. Área de conocimiento: Ingeniería, Ciencias exactas y TIC
- c. Campo laboral y profesional: Experiencia en gerencia o dirección en áreas de informática, y programación móvil.
- d. Experiencia docente: 2 años a nivel Licenciatura.

### **Orientaciones bibliográficas:**

- Martínez, X. (2019). *Diseño de páginas wordpress para todos los públicos*. España: Ed. UOC.
- Gutiérrez, D. (2017). *Comercio electrónico: creación y protección de un sitio web*. Colombia: Ed. UNAULA.
- Velázquez, I. (2019). *Creación de sitios web*. Argentina: Ed. SixEdiciones.



**Plan de Estudios**  
**Licenciatura en Gestión de Negocios**  
**Programa de asignatura**

Asignatura: Optativa V: Perspectiva de género

Semestre: Sexto

Modalidad: Escolar (Presencial)

Clave de la asignatura: 0410604-9

Clave de la asignatura seriada: n

Duración total en horas:	96	Horas totales docente:	64	Horas totales de estudio independiente:	32	Créditos	6
--------------------------	----	------------------------	----	---	----	----------	---

**Objetivo de la asignatura:**

Comprender los conceptos básicos, los ámbitos de estudio teórico y político, así como las áreas de aplicación programática de la perspectiva de género, incluyendo su transversalización, y desarrollar la sensibilidad necesaria para analizar y diseñar políticas y programas locales, nacionales e internacionales, incorporando la perspectiva de género.

**Contenido temático:**

**I. Conceptos básicos del estudio del género**

- 1.1. Conceptos
- 1.2. Sexo y género
- 1.3. Igualdad, equidad, paridad
- 1.4. Discriminación y violencia basada en género y contra la mujer
- 1.5. Empoderamiento económico
- 1.6. El enfoque feminista
- 1.7. Poder y dominación: introducción a la transversalización
- 1.8. Producción y reproducción
- 1.9. La división social del trabajo
- 1.10. Marcos legales internacionales y regionales
- 1.11. Declaración y Plataforma de Acción de Beijing
- 1.12. Convención sobre la Eliminación de Todas las Formas de Discriminación contra la Mujer (CEDAW)
- 1.13. Convención Interamericana para prevenir, sancionar y erradicar la violencia contra la mujer “Belem do Pará”
- 1.14. La Igualdad de Género en la Agenda 2030

**II. Ámbitos del estudio y aplicación de la perspectiva de género**

- 2.1. El mundo laboral
- 2.2. Economía de cuidado

- 2.3. Responsabilidad y decisión
- 2.4. Ejemplos prácticos y retos pendientes

### **III. El mundo político**

- 3.1. Participación
- 3.2. Representación
- 3.3. Ejemplos prácticos y retos pendientes

### **IV. Instituciones estatales**

- 4.1. Agencias especializadas
- 4.2. El papel de las cortes
- 4.3. Ejemplos prácticos y retos pendientes

### **V. Transversalización de la agenda de género en programas y políticas**

- 5.1. Programas con perspectiva de género
- 5.2. Pobreza
- 5.3. Salud
- 5.4. Seguridad
- 5.5. Política exterior feminista de México y Canadá
- 5.6. El caso de México
- 5.7. El caso de Canadá
- 5.8. Recursos y herramientas programáticas
- 5.9. Programa de Naciones Unidas para el Desarrollo
- 5.10. Agencia Española de Cooperación Internacional para el Desarrollo

#### **Criterios de evaluación:**

1) Evaluaciones parciales	40%
2) Tareas y participación	30%
3) Evaluación final	30%
	100%

#### **Estrategias de enseñanza:**

Con docente:

- Clase expositiva y demostrativa
- Exposición de investigaciones y experiencias
- Dinámicas grupales

De estudio independiente:

- Realizar investigaciones
- Análisis de casos, ensayos
- Lecturas recomendadas

### **Instalaciones y equipo especial:**

- Aula

### **Recursos y tecnologías de la información:**

- Cañón
- Computadora
- Internet

### **Perfil Idóneo del docente:**

- a. Nivel Educativo: Licenciatura
- b. Área de conocimiento: Ciencias sociales, administración y derecho
- c. Campo laboral y profesional: 2 años de experiencia profesional en el sector público, privado o no lucrativo en temas vinculados a los recursos naturales, económicos y/o demográficos de México.
- d. Experiencia docente: 2 años en licenciatura

### **Orientaciones bibliográficas:**

- Ferguson, L (2019). "Future Directions for Feminist Gender Training," in A Transformative Tool for Gender Equality: London; Palgrave Pivot.
- Primer informe del Relator Especial de Naciones para la no violencia y no discriminación por motivos de orientación sexual e identidad de género (2017). Oficina de la Alta Comisionada de Naciones Unidas para los Derechos Humanos. Ginebra.
- Status of Women Canada. 2017. Gender Based Analysis Plus (GBA+). Government of Canada.
- Syed, J., & Ali, F. (2019). "A relational perspective on gender equality and mainstreaming mainstreaming," Human Resource Development International, 22:1, pp. 4-24



**UNIVERSIDAD  
MODELO  
VALLADOLID**

**Plan de Estudios:  
Licenciatura en Gestión de Negocios  
Programa de asignatura**

Asignatura: Optativa V: Logística de fabricación.

Semestre: Sexto

Modalidad: Escolar (Presencial)

Clave de la asignatura: 0410604-10

Clave de la asignatura seriada: n

Duración total en horas:	96	Horas totales docente:	64	Horas totales de estudio independiente:	32	Créditos:	6
--------------------------	----	------------------------	----	---	----	-----------	---

**Objetivo de la asignatura:**

Planificar los procesos operativos que tienen lugar en el área de fabricación, para asegurar la total satisfacción de todas las partes interesadas en la cadena de suministros.

**Contenido temático:**

**I. La creación del medio televisivo.**

- 1.1. Invento de la televisión.
- 1.2. Inicio de la televisión como medio de comunicación.

**II. Introducción a la dirección de producción**

- 2.1. Fundamentos de producción
- 2.2. Significado de la producción a nivel nacional
- 2.3. Análisis de la productividad
- 2.4. Las decisiones previas a la puesta en marcha de la producción
- 2.5. La dirección estratégica

**III. ¿Qué producir?: análisis del producto**

- 3.1. El producto desde el punto de vista del marketing
- 3.2. Concepto de producto
- 3.3. Diferentes acepciones del producto ¿tangible, ampliado, genérico, diferenciado?
- 3.4. La imagen de marca
- 3.5. El producto a través de sus atributos
- 3.6. Selección del producto: ciclo de vida, estrategias, nuevos productos.
- 3.7. El producto desde el punto de vista del director de producción
- 3.8. El diseño del producto
- 3.9. Test de producto
- 3.10. Test de mercado

3.11. Análisis de valor

**IV. ¿Cuánto producir?: determinación de la capacidad de planta**

- 4.1. Concepto
- 4.2. Clases de capacidad
- 4.3. Determinación de las necesidades futuras de capacidad
- 4.4. La capacidad y la demanda
- 4.5. Estrategias de adaptación de la capacidad actual
- 4.6. La capacidad y la estadística
- 4.7. La capacidad y los árboles de decisión
- 4.8. La capacidad y el punto muerto
- 4.9. La capacidad y la tecnología

**V. ¿Dónde producir?: la localización de la planta productiva**

- 5.1. Factores que afectan a la localización
- 5.2. Métodos de localización
- 5.3. El método de los factores ponderados
- 5.4. El método del punto muerto
- 5.5. Métodos basados en la consideración de un solo factor
- 5.6. El método del centro de gravedad
- 5.7. Los métodos del transporte

**VI. ¿Cómo producir?: el diseño del proceso de producción**

- 6.1. Significado del diseño del proceso de producción
- 6.2. Estrategias de proceso"
- 6.3. Procesos enfocados a la fabricación de lotes
- 6.4. Procesos enfocados a proyectos
- 6.5. Procesos continuos'
- 6.6. Factores relacionados con la elección de un proceso
- 6.7. Elección de un proceso
- 6.8. Los procesos en las empresas de servicios

**VII. Modelos de gestión de la producción**

- 7.1. MRP II (Manufacturing Resources Planning)
- 7.2. JIT (Just in Time)
- 7.3. TOC (Theory of Constraints)
- 7.4. PBC (Period Batch Control)
- 7.5. Introducción a la producción ajustada

**VIII. Principios de la producción ajustada**

- 8.1. Introducción
- 8.2. Gestión de cadena de suministro
- 8.3. Producción ajustada en el contexto de la logística ajustada
- 8.4. Lean Manufacturing — Lean Logistics
- 8.5. Variables de desempeño productivo y logístico
- 8.6. Indicadores de gestión
- 8.7. Mejora de las variables de desempeño
- 8.8. Concepto de cadena de valor
- 8.9. Valor /despilfarro
- 8.10. Análisis de conceptos de valor/despilfarro
- 8.11. Tipos de despilfarro

- 8.12. Técnicas, herramientas y metodologías de mejora
- 8.13. Eficiencia como indicador de rendimiento en la planta
- 8.14. Concepto de 6 grandes pérdidas
- 8.15. Metodología SMED
- 8.16. Flexibilidad en el mix de producción vs stock
- 8.17. Fases de implantación de la metodología SMED
- 8.18. Caso real de aplicación de la metodología SMED
- 8.19. Metodología SS
- 8.20. Fases de implantación de la metodología 5S
- 8.21. Casos reales de implantación de proyectos 5S

#### **Criterios de evaluación:**

1) Evaluaciones parciales	40%
2) Tareas y participación	30%
3) Evaluación final	30%
	100%

#### **Estrategias de enseñanza:**

Con docente:

- Clase expositiva y demostrativa
- Exposición de investigaciones y experiencias
- Dinámicas grupales

De estudio independiente:

- Realizar investigaciones
- Análisis de casos, ensayos
- Lecturas recomendadas

#### **Instalaciones y equipo especial:**

- Aula
- Proyector

#### **Recursos y tecnologías de la información:**

- Cañón.
- Internet.

#### **Perfil Idóneo del docente:**

- a. Nivel Educativo: Licenciatura.
- b. Área de conocimiento: Administración, Ciencias Sociales y Derecho.

- c. Campo laboral y profesional: Experiencia en producción televisiva mínima 1 año.
- d. Experiencia docente: 2 años a nivel Licenciatura.

#### **Orientaciones bibliográficas:**

- Arias, D. y Minguela, B. (2018). Dirección de la producción y operaciones: decisiones operativas. España: Ed. Pirámide
- D'Alessio, F. (2018). Administración de las operaciones productivas: conceptos, casos y ejercicios razonados. México: Ed. Pearson.



**Plan de Estudios:  
Licenciatura en Gestión de Negocios  
Programa de asignatura**

Asignatura: Simulación de negocios.

Semestre: Sexto.

Modalidad: Escolar (Presencial)

Clave de la asignatura 0410605

Clave de la asignatura seriada: n

Duración total en horas:	112	Horas totales docente:	64	Horas totales de estudio independiente:	48	Créditos	7
--------------------------	-----	------------------------	----	---	----	----------	---

**Objetivo de la asignatura:**

Aplicar modelos que permitan simular eventos de negocios para su análisis y toma de decisiones y homologar la teoría a las actividades de las empresas.

**Contenido temático:**

- I. Sistemas y modelos de simulación**
  - 1.1 Clasificación de los modelos
  - 1.2 Aplicación de la simulación
- II. Ventajas y desventajas de la simulación frente a la solución analítica**
  - 2.1 Cuando utilizar la simulación
  - 2.2 Pasos en la simulación
- III. Tipos de Modelos**
  - 3.1 Modelos determinísticos
  - 3.2 Modelos probabilísticos
- IV. Construcción de Modelos**
  - 4.1 Proyectos de gestión o de Negocios
- V. Toma de decisiones**
  - 5.1 Introducción de los modelos
  - 5.2 Modelo de Simón Pie
  - 5.3 Modelo de Xer Tech Copy, Inc.
- VI. Restricciones y optimización restringida**
  - 6.1 El uso de las redes mundiales
- VII. Vinculaciones académicas con otros países Generación de variables aleatorias**
  - 7.1 Herramientas Estadísticas
  - 7.2 Riesgos asociados al modelo
- VIII. Simulación con hoja de cálculo**
  - 8.1 Recolección de datos

8.2 Procesamiento de datos

**IX. Control de inventarios**

9.1 Definir la estructura general

9.2 Definir los parámetros: tiempo de entrega, demanda y costo

**X. Teoría de colas**

10.1 Cálculo del tiempo

10.2 Número promedio de clientes

**Criterios de evaluación:**

1) Evaluaciones parciales	40%
2) Tareas y participación	30%
3) Evaluación final	30%
	100%

**Estrategias de enseñanza:**

Con docente:

- Clase expositiva y demostrativa
- Exposición de investigaciones y experiencias
- Dinámicas grupales

De estudio independiente:

- Realizar investigaciones
- Análisis de casos, ensayos
- Lecturas recomendadas

**Instalaciones y equipo especial:**

- Aula.

**Recursos y tecnologías de la información:**

- Cañón.
- Internet.

**Perfil Idóneo del docente:**

- a. Nivel Educativo: Licenciatura.
- b. Área de conocimiento: Ciencias Sociales, Administración.
- c. Campo laboral y profesional: 1 año en el sector industrial, empresarial o de servicios.
- d. Experiencia docente: 2 años en Licenciatura.

**Orientaciones bibliográficas:**

- Artal, M. (2017). Dirección de ventas, organización del departamento de ventas y gestión de vendedores (15<sup>a</sup> edición). España: Ed. ESIC.
- Mañas, L. (2017). *Manual: técnicas de venta*. España: Ed. CEP.



**Plan de Estudios:**  
**Licenciatura en Gestión de Negocios**  
**Programa de asignatura**

**UNIVERSIDAD  
MODELO  
VALLADOLID**

Asignatura: Habilidades directivas.

Semestre: Sexto.

Modalidad: Escolar (Presencial)

Clave de la asignatura 0410606

Clave de la asignatura seriada: n

Duración total en horas:	112	Horas totales docente:	64	Horas totales de estudio independiente:	48	Créditos	7
--------------------------	-----	------------------------	----	---	----	----------	---

**Objetivo de la asignatura:**

Comprender las técnicas que los directivos precisan para desenvolverse profesionalmente dentro y fuera de la organización.

**Contenido temático:**

**I. Desarrollo del Auto-conocimiento**

- 1.1 Dimensiones clave del auto-conocimiento.
- 1.2 Comprensión y apreciación de las diferencias individuales.
- 1.3 Áreas importantes de auto-conocimiento.

**II. Manejo del estrés personal**

- 2.1 Enfrentar los factores estresantes
- 2.2 Administrar el tiempo

**III. Solucionar problemas en forma analítica y creativa**

- 3.1 Utilizar el enfoque racional
- 3.2 Utilizar el enfoque creativo
- 3.3 Fomentar la innovación en los demás
- 3.4 Coaching, consultoría y comunicación de apoyo
- 3.5 Coaching y consultoría
- 3.6 Principios de comunicación
- 3.7 Poder e Influencia
- 3.8 Ganar poder y ejercer influencia
- 3.9 Incrementar autoridad

**IV. Motivación**

- 4.1 Diagnóstico de bajo desempeño
- 4.2 Creación de un entorno motivador
- 4.3 Recompensa de logros
- 4.4 Manejo de conflictos

- 4.5 Identificación de las fuentes
- 4.6 Selección de las estrategias
- 4.7 Resolución de las confrontaciones

**V. Facultamiento y delegación**

- 5.1 Facultamiento
- 5.2 Delegación
- 5.3 Poder compartido

**VI. Formación de equipos eficaces y trabajo en equipo**

- 6.1 Diagnóstico del desarrollo del equipo
- 6.2 Formación del trabajo en equipo
- 6.3 Fomento del liderazgo eficaz de equipo

**VII. Liderar el cambio positivo**

- 7.1 Liderazgo hacia un cambio positivo
- 7.2 Movilización de las habilidades de los demás

**Criterios de evaluación:**

1) Evaluaciones parciales	40%
2) Tareas y participación	30%
3) Evaluación final	30%
	100%

**Estrategias de enseñanza:**

Con docente:

- Clase expositiva y demostrativa
- Exposición de investigaciones y experiencias
- Dinámicas grupales

De estudio independiente:

- Realizar investigaciones
- Análisis de casos, ensayos
- Lecturas recomendadas

**Instalaciones y equipo especial:**

- Aula.

**Recursos y tecnologías de la información:**

- Cañón.
- Internet.

**Perfil Idóneo del docente:**

- a. Nivel Educativo: Licenciatura.
- b. Área de conocimiento: Ciencias Sociales, Administración y Derecho.
- c. Campo laboral y profesional: 1 año en el sector industrial, empresarial o de servicios.
- d. Experiencia docente: 2 años en Licenciatura.

**Orientaciones bibliográficas:**

- González M. (2017) Habilidades directivas. México. Editorial INNOVA.
- Whetten, D. y Cameron, K. (2017) Desarrollo de habilidades directivas. México. Ed. Pearson.
- Peña, B. y Batalla, P. (2017). Dirección de comunicación y habilidades directivas. España: Ed. Dykinson



**Plan de Estudios:**  
**Licenciatura en Gestión de Negocios**  
**Programa de asignatura**

Asignatura: Optativa VI: Práctica de auditoria.

Semestre: Sexto

Modalidad: Escolar (Presencial)

Clave de la asignatura: 0410607-1

Clave de la asignatura seriada: n

Duración total en horas:	96	Horas totales docente:	64	Horas totales de estudio independiente:	32	Créditos:	6
--------------------------	----	------------------------	----	---	----	-----------	---

**Objetivo de la asignatura:**

Aplicar las técnicas y procedimientos de auditoría basándose en las disposiciones normativas y legislativas correspondientes

**Contenido temático:**

**I. Planeación de auditoría**

- 1.1 Planeación del tiempo y asignación del personal
- 1.2 Costeo del trabajo
- 1.3 Junta del personal de auditoría
- 1.4 Memorándum de planeación
- 1.5 Programa de auditoría

**II. Estudio y evaluación del control interno**

- 2.1 Conceptos y objetivos
- 2.2 Metodología para el estudio y evaluación del control interno
- 2.3 Pruebas de cumplimiento y sustantivas
- 2.4 Estructura del control
- 2.5 Estudio y evaluación del control interno por procesamiento electrónico de datos
- 2.6 Ciclos de transacciones
- 2.7 Objetivos y sus riesgos
- 2.8 Organización y planeación

**III. Antecedentes a la práctica de auditoria**

- 3.1 Diferencia entre auditoría interna y externa
- 3.2 Documentación
- 3.3 Control de calidad
- 3.4 Responsabilidad del auditor

- 3.5 Confirmaciones de Abogados
- 3.6 Carta convenio y confirmaciones
- 3.7 Procedimientos
- 3.8 Partes relacionadas
- IV. Planeación y programa de trabajo**
  - 4.1 Planeación de los procedimientos
  - 4.2 Información requerida para la auditoría
  - 4.3 Programa de pruebas de cumplimiento y sustantivas
  - 4.4 Preparación de papeles de trabajo
- V. Cierre de auditoría y preparación del informe**
  - 5.1 Conclusiones en cédulas sumarias
  - 5.2 Confirmaciones finales
  - 5.3 Carta a la gerencia
  - 5.4 Cédulas de ajuste y reclasificaciones
  - 5.5 Discusión del contenido con el cliente
  - 5.6 Legajos de Auditoría
  - 5.7 Archivo permanente
  - 5.8 Archivo temporal
- VI. Conclusiones y elaboración del dictamen**
  - 6.1 Formato del dictamen y situaciones a informar
  - 6.2 Dictamen limpio, con salvedades, negativo o abstención de opinión

#### **Criterios de evaluación:**

1) Evaluaciones parciales	40%
2) Tareas y participación	30%
3) Evaluación final	30%
	100%

#### **Estrategias de enseñanza:**

Con docente:

- Clase expositiva y demostrativa
- Exposición de investigaciones y experiencias
- Dinámicas grupales

De estudio independiente:

- Realizar investigaciones
- Análisis de casos, ensayos
- Lecturas recomendadas

### **Instalaciones y equipo especial:**

- Aula
- Proyector

### **Recursos y tecnologías de la información:**

- Cañón.
- Internet.

### **Perfil Idóneo del docente:**

- a. Nivel Educativo: Licenciatura.
- b. Área de conocimiento: Administración, Ciencias Sociales y Derecho.
- c. Campo laboral y profesional: Contabilidad, Auditoria y Finanzas mínimo 1 año.
- d. Experiencia docente: 2 años a nivel Licenciatura.

### **Orientaciones bibliográficas:**

- Comisión de normas de auditoría y aseguramiento (2020). Guías de auditoría. México: Ed. Instituto Mexicano de Contadores Públicos.
- Sánchez, J. y Alvarado, M. (2017). Teoría y práctica de la auditoría II: análisis de áreas y casos prácticos (7<sup>a</sup> edición). España: Ed. Pirámide.



**UNIVERSIDAD  
MODELO  
VALLADOLID**

**Plan de Estudios:  
Licenciatura en Gestión de Negocios  
Programa de asignatura**

Asignatura: Optativa VI: Lenguaje y producción televisiva.

Semestre: Sexto

Modalidad: Escolar (Presencial)

Clave de la asignatura: 0410607-2

Clave de la asignatura seriada: n

Duración total en horas:	96	Horas totales docente:	64	Horas totales de estudio independiente:	32	Créditos:	6
--------------------------	----	------------------------	----	---	----	-----------	---

**Objetivo de la asignatura:**

Analizar la creación de imagen con mensajes planificados desde los elementos históricos y actuales del lenguaje televisivo.

**Contenido temático:**

**I. La creación del medio televisivo.**

- 1.1. Invento de la televisión.
- 1.2. Inicio de la televisión como medio de comunicación.

**II. La televisión de México.**

- 2.1. Inicio de la televisión en México.
- 2.2. Aportaciones tecnológicas de México para el mundo.
- 2.3. Evolución de la televisión en México.

**III. La formación de imagen.**

- 3.1. La conformación de la imagen.
- 3.2. La relación de los aspectos.

**IV. Normas televisivas.**

- 4.1. PAL
- 4.2. SECAM.
- 4.3. NTSC.
- 4.4. HDTV.

**V. La transmisión y recepción de la imagen.**

- 5.1. El principio de estautorvisión.
- 5.2. El uso de las re transmisoras.
- 5.3. La inclusión de los satélites en el medio

**VI. La clasificación de las cámaras de televisión.**

- 6.1. Cámaras de estudio y cámaras de locación.
- 6.2. Componentes tecnológicos

**VII. Equipos básicos de producción.**

- 7.1. El switcher de video.
- 7.2. La consola de audio
- 7.3. Tipos de micrófonos para televisión
- 7.4. Tipos de lámparas para televisión.

**VIII. Puestos de la producción y etapas de la realización.**

- 8.1. Formatos de guión y sus usos.
- 8.2. Producción
- 8.3. Post-Producción

**IX. El guión televisivo.**

- 9.1. Tipos de guión.
- 9.2. Formatos para elaborar guiones televisivos.

**X. Estructura literaria de un guión.**

- 10.1. Los elementos técnicos.
- 10.2. Los elementos narrativos.
- 10.3. Géneros periodísticos aplicados.

**Criterios de evaluación:**

1) Evaluaciones parciales	40%
2) Tareas y participación	30%
3) Evaluación final	30%
	100%

**Estrategias de enseñanza:**

Con docente:

- Clase expositiva y demostrativa
- Exposición de investigaciones y experiencias
- Dinámicas grupales

De estudio independiente:

- Realizar investigaciones
- Análisis de casos, ensayos
- Lecturas recomendadas

**Instalaciones y equipo especial:**

- Aula
- Proyector

**Recursos y tecnologías de la información:**

- Cañón.
- Internet.

**Perfil Idóneo del docente:**

- a. Nivel Educativo: Licenciatura.
- b. Área de conocimiento: Administración, Ciencias Sociales y Derecho.
- c. Campo laboral y profesional: Experiencia en producción televisiva mínima 1 año.
- d. Experiencia docente: 2 años a nivel Licenciatura.

**Orientaciones bibliográficas:**

- Rita, H. (2017). Taller de producción audiovisual I. España: Ed.EPC
- Ortiz, María J. (2018). Producción y realización en medios audiovisuales. España: Ed. RUA Universidad de Alicante



**Plan de Estudios:**  
**Licenciatura en Gestión de Negocios**  
**Programa de asignatura**

Asignatura: Optativa VI: Sociología del turismo.

Semestre: Sexto

Modalidad: Escolar (Presencial)

Clave de la asignatura: 0410607-3

Clave de la asignatura seriada: n

Duración total en horas:	96	Horas totales docente:	64	Horas totales de estudio independiente:	32	Créditos:	6
--------------------------	----	------------------------	----	---	----	-----------	---

**Objetivo de la asignatura:**

Conocer las teorías sociológicas y antropológicas e identificar los elementos que integran el turismo desde el punto de vista de la sociología, para que al finalizar el curso se logre comprender el fenómeno turístico, y la necesidad de éste en las sociedades urbanizadas.

**Contenido temático:**

- I. Ciencia social y sentido común**
  - 1.1. Concepto
  - 1.2. Características
  - 1.3. Diferencias
- II. La observación científica y sus características**
  - 2.1. La observación
  - 2.2. Las características
  - 2.3. El método científico
- III. Conceptos de sociología y antropología**
  - 3.1. Conceptos de: El hombre, la sociedad y la empresa
  - 3.2. Teorías sociológicas
  - 3.3. La cultura como contenido general
  - 3.4. Cultura y empresa
- IV. El proceso de desarrollo de la sociedad moderna**
  - 4.1. Desarrollo de la sociedad y la tecnología.
  - 4.2. Proceso de industrialización mundial.
- V. La dinámica socioeconómica de los países en la globalización**
  - 5.1. Económica

5.2. Tecnológica

5.3. Social

5.4. Política

**VI. Cultura y Sociedad**

6.1. Desarrollo social y cultural

6.2. La cultura como un sistema de normas

6.3. La estructura de la cultura

6.4. Elementos de la cultura.

6.5. El proceso de socialización.

6.6. Tipos y agentes de socialización.

6.7. Individuo y grupo.

6.8. Grupos y organización social.

**VII. Concepto y campo de acción de la sociología en relación con el turismo**

7.1. La sociología como ciencia y su desarrollo histórico.

7.2. Perspectivas en sociología

7.3. Diferentes teorías sociológicas

7.4. Campos y métodos de la sociología y turismo

**VIII. Definición de turismo.**

8.1. Impacto del turismo en la sociedad.

8.2. El sujeto y el objeto del turismo.

**IX. Los principios de la sociología. Sociedad y Cultura.**

9.1. Sociedad industrial y urbanización.

9.2. Individuo y sociedad. Sociología y cambio social.

9.3. Las teorías sociológicas clásicas. Modernidad y postmodernidad.

**X. Aproximación a la Sociología del Turismo.**

10.1. Tendencias y etapas en la Sociología del Turismo.

10.2. Conceptos y prácticas sociales.

10.3. Áreas de análisis.

10.4. Diagnóstico social, beneficio social y económico en las comunidades por el turismo

**XI. El turismo como una necesidad en las sociedades urbanizadas**

11.1. Bienes y servicios

11.2. Beneficios social y económico

11.3. Convivencia entre anfitriones y visitantes

11.4. Necesidad de conservar nuestras costumbres ante la introducción de otras culturas.

11.5. Aspectos negativos del turismo en la sociedad

11.6. Elementos recientes en el análisis del turismo como hecho social.

11.7. La mirada del turista

**XII. Tipologías sociológicas del turismo.**

12.1. Significados sociales de las culturas turísticas.

12.2. Tipos de turistas. Perfiles del viajero.

12.3. La interacción social del turismo: seguridad y libertad.

12.4. Turismo y estructura social.

12.5. La macDonalización del turismo.

**XIII. Turismo, desarrollo social y empleo.**

13.1. Mercado turístico: oferta y demanda, calidad y cantidad.

13.2. La socioeconomía de los lugares turísticos.

13.3. Vida cotidiana, ecología y riesgo social.

13.4. Sociología del empleo turístico

**XIV. Turismo Religioso.**

14.1. Geografía del turismo religioso

14.2. Turismo religioso musulmán

14.3. Año Santo.

14.4. El Burgo de las naciones

14.5. Semana Santa.

14.6. 1.6 Monasterios y santuarios

**XV. Turismo de Segunda Residencia**

15.1. Zonas de Preferencia

15.2. Períodos

15.3. Implicaciones en las sociedades en las que se insertan

**XVI. Turismo de Salud**

16.1. Lugares

16.2. Infraestructura que surge

16.3. Cambios y repercusiones en la sociedad

**XVII. Turismo Alternativo**

17.1. Ecoturismo

17.2. Turismo comunitario

17.3. Turismo rural

**XVIII. El proceso de crecimiento de las ciudades de ocio u ociurbes**

18.1. Benidorm como paradigma de ciudad de ocio.

18.2. Características del turismo residencial.

18.3. El sector hotelero frente al turismo residencial

18.4. Algunas razones por las que a los inversores les resulta más ventajoso construir urbanizaciones turísticas en lugar de hoteles.

**XIX. Fases, ciclos y actores del desarrollo turístico.**

19.1. Condiciones para el desarrollo turístico

19.2. El turismo y sus ciclos de vida

19.3. Los actores del desarrollo turístico

**XX. La eclosión del turismo de masas.**

20.1. El turismo de masas

20.2. Las causas del turismo de masa

**XXI. Turismo y sociedad.**

21.1. El turismo como agente de cambio social

21.2. Efectos sociales del desarrollo del turismo

**XXII. Turismo y cultura**

22.1. El turismo y su capacidad de alterar las culturas locales

22.2. Las condiciones del encuentro

**XXIII. Problemas sociales en los polos receptores del turismo.**

23.1. Los tour operadores y su poder de influencia en las zonas receptoras

23.2. Conflictos en las regiones receptoras por fenómenos de saturación

23.3. La crisis del turismo

**XXIV. Consecuencias del Turismo en las sociedades emisoras.**

- 24.1. Condicionantes del viaje turístico
- 24.2. Efectos del turismo en las colectividades emisoras
- 24.3. El turismo como fenómeno retráctil

**Criterios de evaluación:**

1) Evaluaciones parciales	40%
2) Tareas y participación	30%
3) Evaluación final	30%
	100%

**Estrategias de enseñanza:**

Con docente:

- Clase expositiva y demostrativa
- Exposición de investigaciones y experiencias
- Dinámicas grupales

De estudio independiente:

- Realizar investigaciones
- Análisis de casos, ensayos
- Lecturas recomendadas

**Instalaciones y equipo especial:**

- Aula
- Proyector

**Recursos y tecnologías de la información:**

- Cañón.
- Internet.

**Perfil Idóneo del docente:**

- a. Nivel Educativo: Licenciatura.
- b. Área de conocimiento: Administración, Ciencias Sociales y Derecho.
- c. Campo laboral y profesional: Administración de empresas turísticas mínimo 1 año.
- d. Experiencia docente: 2 años a nivel Licenciatura.

### **Orientaciones bibliográficas:**

- Vogeler, C. y Hernández, E. (2018). Introducción al turismo: análisis y estructura. España. Ed. Centro de estudios Ramón Areces.
- Feijoó, J. (2020). Fundamentos de turismo: nuevo enfoque en el siglo XXI. Argentina. Ugerman.
- Ulldemolins, J. y Pecourt, J. (2021). Sociología de la cultura en la era digital: Herramientas para el análisis de las dinámicas culturales del siglo XXI. España: Ed. PUV.



**Plan de Estudios:**  
**Licenciatura en Gestión de Negocios**  
**Programa de asignatura**

Asignatura: Optativa VI: Aspectos legales de los negocios electrónicos.

Semestre: Sexto

Modalidad: Escolar (Presencial)

Clave de la asignatura: 0410607-4

Clave de la asignatura seriada: n

Duración total en horas:	96	Horas totales docente:	64	Horas totales de estudio independiente:	32	Créditos:	6
--------------------------	----	------------------------	----	---	----	-----------	---

**Objetivo de la asignatura:**

Minimizar los riesgos y fomentar el funcionamiento más seguro de una empresa electrónica, identificando medidas legales básicas para la protección de los principales bienes jurídicos en los negocios electrónicos, mediante el descubrimiento y ejercicio de valores, el conocimiento del sistema jurídico mexicano y de los principios del e-Business.

**Contenido temático:**

**I. Escala de valores**

- 1.1. Descripción de los criterios que son necesarios para el establecimiento de una escala de valores
- 1.2. Definición y diferenciación de los principales valores universales
- 1.3. Identificación de valores propuestos en diversas obras literarias y cinematográficas actuales

**II. Valor, deber, virtud**

- 2.1. Autoexploración de valores e intercambio de ideas entre sí, a fin de aumentar el desarrollo personal, la confianza grupal y la identificación de valores sociales
- 2.2. Aumento del entendimiento y la conciencia de los propios valores, objetivos y potencial, así como un examen sobre cómo el ejercicio u omisión de valores afectan las decisiones relativas a necesidades y aspiraciones personales
- 2.3. Análisis personal de la forma en que vive hoy por hoy los valores, reflejados en su carácter psicológico

**III. Escala de valores, escala de necesidades.**

- 3.1 Identificación de personalidades axiológicamente maduras en obras literarias y cinematográficas.

- 3.2 Identificación de rasgos básicos de madurez axiológica en su persona
- IV. La persona, sujeto absoluto de valores.**
- 4.1 Asociación de los valores y la persona.
  - 4.2 Los valores no existen con independencia de la persona ni la persona puede ser sin ellos
- V. ¿Qué significa el derecho?**
- 5.1 Demostración de la mayor claridad que ofrece el enfoque lingüístico al metafísico para responder a la pregunta básica respecto a ¿qué es el derecho?
- VI. Identificación de las tres principales acepciones del concepto derecho: “derecho natural”, “derecho positivo” y como sinónimo de “ciencia del derecho” Moral y Derecho**
- 6.1 Análisis del tratamiento que dan el derecho natural y el positivo
  - 6.2 Aspectos de la moral y los valores en el sistema mexicano
- VII. Disciplinas jurídicas relacionadas con el e-comercio**
- 7.1 Análisis de casos relativos al e-comercio
  - 7.2 Identificar disciplinas jurídicas involucradas en el e-comercio
  - 7.3 Bienes jurídicos que se protegen
- VIII. El derecho y la informática**
- 8.1. Tecnología y Derecho
  - 8.2. Informática Jurídica vs Derecho Informático
  - 8.3. Relaciones entre derecho e informática
  - 8.4 Derechos fundamentales de la persona y la informática
- IX. Protección constitucional de la informática (Habeas Data)**
- 9.1. Derecho a la Intimidad
  - 9.2. Derecho a la Información
  - 9.3. Protección Jurídica de la Intimidad
  - 9.4. Seguridad de los Datos Informáticos
- X. Internet y comercio electrónico**
- 10.1 Prestación del servicio en Internet
  - 10.2 Internet y el comercio
  - 10.3 Intercambio electrónico de datos (EDI)
  - 10.4 Pagos por Internet
  - 10.5 Delitos en Internet
  - 10.6 Responsabilidad de las partes en Internet
  - 10.7 Derechos del usuario en Internet
  - 10.8 Contratos mercantiles por Internet
  - 10.9 Documentos electrónicos y firmas digitales
  - 10.10 Entidades de certificación
- XI. Delitos informáticos**
- 11.1 Clasificación
  - 11.2 Características
  - 11.3 Elementos
  - 11.4 Regulación Jurídica
- XII. Legislación de derechos de autor y protección de software**
- 12.1 Evolución histórica a nivel mundial
  - 12.2 Antecedentes y Tratados internacionales

- 12.3 Evolución Histórica en México
- 12.4 Desarrollo legislativo en México
- 12.5 La ley de derecho de autor frente al software
- 12.6 Los derechos de autor en el mundo moderno
- 12.7 Titulares de los derechos de autor
- 12.8 Propiedad intelectual del software
- 12.9 La ley mexicana de derechos de autor frente al software
- 12.10 Derechos morales frente al software
- 12.11 Derechos patrimoniales frente al software

**XIII. Seguridad Informática**

- 13.1 Políticas internacionales
- 13.2 Políticas nacionales
- 13.3 Organismos regionales, nacionales e internacionales
- 13.4 Técnicas tecnológicas
- 13.5 Importancia

**XIV. Informática Forense**

- 14.1 Políticas internacionales
- 14.2 Políticas nacionales
- 14.3 Organismos regionales, nacionales e internacionales
- 14.4 Técnicas tecnológicas
- 14.5 Importancia

**XV. Protección de nombres de dominio**

- 15.1 Definición de nombres de dominio, su clasificación y descripción del proceso para obtenerlos
- 15.2 Definición y explicación del sistema de marcas comerciales
- 15.3 Descripción de la interacción del derecho de propiedad intelectual y los nombres de dominio
- 15.4 Análisis de casos de estudio y ejercicios de aplicación de las normas de protección de nombre de dominio

**XVI. Protección legal de contenidos y sistemas**

- 16.1 Definición e identificación de las libertades de expresión y de información
- 16.2 Enumerar y describir las normas sobre publicidad en la red
- 16.3 Enumerar y describir las normas para la protección de datos personales
- 16.4 Definición y explicación de los derechos de propiedad intelectual relacionados con el contenido
- 16.5 Enumerar y explicar los derechos de propiedad intelectual relacionados con la informática
- 16.6 Responsabilidades de las partes que interactúan en un sitio electrónico

**XVII. Los contratos electrónicos**

- 17.1 Descripción e identificación de los elementos esenciales de los contratos en general
- 17.2 Descripción e identificación de los diferentes tipos de contratos
- 17.3 Enumerar y explicar las diferentes modalidades de pago
- 17.4 La jurisdicción en Internet

**XVIII. Aspectos fiscales del e-comercio**

- 18.1 Descripción e identificación de los problemas relativos a los impuestos derivados de transacciones electrónicas nacionales e internacionales  
18.2 Identificación de los gravámenes a considerar en el e-comercio

**Criterios de evaluación:**

1) Evaluaciones parciales	40%
2) Tareas y participación	30%
3) Evaluación final	30%
	100%

**Estrategias de enseñanza:**

Con docente:

- Clase expositiva y demostrativa
- Exposición de investigaciones y experiencias
- Dinámicas grupales

De estudio independiente:

- Realizar investigaciones
- Análisis de casos, ensayos
- Lecturas recomendadas

**Instalaciones y equipo especial:**

- Aula
- Proyector

**Recursos y tecnologías de la información:**

- Cañón.
- Internet.

**Perfil Idóneo del docente:**

- a. Nivel Educativo: Licenciatura
- b. Área de conocimiento: Ciencias Sociales, Administración y Derecho.
- c. Campo laboral y profesional: Experiencia mínima de un año, a nivel gerencia o dirección en áreas de informática, seguridad informática, sistemas de información o en área relacionada o poseer diploma de especialidad.
- d. Experiencia docente: 2 años a nivel Licenciatura.

**Orientaciones bibliográficas:**

- Laudon, C. (2016). Sistemas de Información Gerencial: administración de la empresa digital. México. Pearson.
- Ramez, E. (2017). Fundamentals Of Database System 7Th Edition. México. Pearson.



**Plan de Estudios:**  
**Licenciatura en Gestión de Negocios**  
**Programa de asignatura**

Asignatura: Optativa VI: Comunicación estratégica de la mercadotecnia

Semestre: Sexto

Modalidad: Escolar (Presencial)

Clave de la asignatura: 0410607-5

Clave de la asignatura seriada: n

Duración total en horas:	96	Horas totales docente:	64	Horas totales de estudio independiente:	32	Créditos:	6
--------------------------	----	------------------------	----	---	----	-----------	---

**Objetivo de la asignatura:**

Comprender el papel de la comunicación estratégica en la mezcla de mercadotecnia, para obtener una idea general de los principales métodos que permitan conseguir la mixtura del programa de promoción que abarque el impulso de ventas, publicidad, relaciones públicas y venta personal o mercadotecnia directa.

**Contenido temático:**

- I. Comunicación Integral de Mercadotecnia**
  - 1.1. El concepto de la comunicación estratégica
  - 1.2. El proceso de la comunicación publicitaria
  - 1.3. Comunicación integral de mercadotecnia
- II. Promoción de Ventas**
  - 2.1. Promoción de ventas
  - 2.2. Estrategias y herramientas de la promoción de ventas
- III. Publicidad**
  - 3.1. Historia de la publicidad
  - 3.2. Categorías publicitarias
  - 3.3. Clasificación de anuncios publicitarios
  - 3.4. El líder de opinión
  - 3.5. Características de los medios de comunicación masiva
  - 3.6. Formatos para desarrollar la publicidad radiofónica
- IV. Relaciones Públicas**
  - 4.1. Concepto de las relaciones públicas
  - 4.2. Concepto de relaciones públicas internas
  - 4.3. Concepto de relaciones públicas externas

- 4.4. Plan de relaciones públicas
- V. Venta Personal y Marketing Directo**
- 5.1. Concepto de Mercadotecnia Directa
  - 5.2. Herramientas de la mercadotecnia directa
- VI. Programa de Promoción**
- 6.1. Etapa Inicial del programa de promoción
  - 6.2. Etapa Intermedia del programa de promoción
  - 6.3. Etapa final del programa de promoción
- VII. Análisis y Elección de la Estrategia**
- 7.1. Matriz FODA
  - 7.2. Matriz BCG
  - 7.3. Matriz MPC

**Criterios de evaluación:**

1) Evaluaciones parciales	40%
2) Tareas y participación	30%
3) Evaluación final	30%
	100%

**Estrategias de enseñanza:**

Con docente:

- Clase expositiva y demostrativa
- Exposición de investigaciones y experiencias
- Dinámicas grupales

De estudio independiente:

- Realizar investigaciones
- Análisis de casos, ensayos
- Lecturas recomendadas

**Instalaciones y equipo especial:**

- Aula
- Proyector

**Recursos y tecnologías de la información:**

- Internet
- Equipos de cómputo

**Perfil Idóneo del docente:**

- a. Nivel Educativo: Licenciado en Mercadotecnia, Licenciado en Administración, Licenciado en Comunicación o Carrera Afín.
- b. Área de conocimiento: Ciencias Sociales, Administración y Derecho
- c. Campo laboral y profesional: Experiencia mínima de un año, a nivel gerencia o dirección en áreas de mercadotecnia, publicidad, ventas o administrativas o en área relacionada o poseer diploma de especialidad.
- d. Experiencia docente: 2 años a nivel Licenciatura

**Orientaciones bibliográficas:**

- David, F. (2017). Conceptos de Administración Estratégica. México. Pearson.
- García, E. (2018). Plan de medios de comunicación e internet. España: Ed. Paraninfo.



**UNIVERSIDAD  
MODELO  
VALLADOLID**

**Plan de Estudios:  
Licenciatura en Gestión de Negocios  
Programa de asignatura**

Asignatura: Optativa VI: Derecho individual del trabajo.

Semestre: Sexto

Modalidad: Escolar (Presencial)

Clave de la asignatura: 0410607-6

Clave de la asignatura seriada: n

Duración total en horas:	96	Horas totales docente:	64	Horas totales de estudio independiente:	32	Créditos:	6
--------------------------	----	------------------------	----	---	----	-----------	---

**Objetivo de la asignatura:**

Analizar la naturaleza jurídica y aplicación de los conceptos básicos de la parte adjetiva de la Ley Federal del Trabajo, en el ámbito individual laboral

**Contenido temático:**

- I. Derecho individual del trabajo**
  - 1.1 Concepto
  - 1.2 Origen del Derecho del Trabajo
  - 1.3 Sus antecedentes en el extranjero y en México
- II. El desarrollo capitalista, el trabajo y la dignidad humana**
  - 2.1 Caracteres del Derecho del Trabajo
  - 2.2 Principios del Derecho del Trabajo
  - 2.3 Esencia y fines del Derecho del Trabajo
- III. Contrato de trabajo**
  - 3.1 Definición
  - 3.2 Objeto
  - 3.3 Modalidades.
- IV. La relación de trabajo**
  - 4.1 Concepto
  - 4.2 Elementos
- V. El contrato de trabajo**
  - 5.1 Concepto
  - 5.2 Relación con el trabajador
- VI. Estabilidad en el empleo**
  - 6.1 Concepto

- 6.2 Modalidades
- 6.3 Principios que la rigen
- VII. Relación laboral**
  - 7.1 Concepto
  - 7.2 Duración de la relación laboral
  - 7.3 Excepciones a su duración indefinida
- VIII. El despido**
  - 8.1 Concepto
  - 8.2 Separación
- IX. Terminación de la relación de trabajo**
  - 9.1 Causas y consecuencias
  - 9.1 Responsabilidad en los casos de disolución de la relación
- X. Indemnización**
  - 10.1 Concepto
  - 10.1 Procedencia
  - 10.2 Régimen de indemnizaciones
- XI. Condiciones de trabajo**
  - 11.1 Concepto
  - 11.2 Clasificación
  - 11.3 Objeto
- XII. Formas de fijación**
  - 12.1 Técnicas para su modificación
  - 12.2 Órganos supervisores de la seguridad
- XIII. Obligaciones del patrón**
  - 13.1 Concepto
  - 13.2 Principales
  - 13.3 Accesorias
- XIV. Obligaciones del trabajador**
  - 14.1 Concepto
  - 14.2 Principales
  - 14.3 Accesorias
- XV. Consecuencias de su incumplimiento**
  - 15.1 Por parte del patrón
  - 15.2 Por parte del trabajador
- XVI. Capacitación y adiestramiento**
  - 16.1 Concepto
  - 16.2 Objeto
  - 16.3 Lugar de capacitación
- XVII. Antigüedad y ascenso**
  - 17.1 Derechos de preferencia
  - 17.2 Sistemas de escalafón
- XVIII. Invenciones de los trabajadores**
  - 18.1 Atribución de derechos
  - 18.2 Protección
- XIX. Jornada de trabajo**
  - 19.1 Antecedentes históricos para su regulación

- 19.2 Concepto
- XX. Clasificación de la Jornada**
  - 20.1 Diurna
  - 20.2 Nocturna
  - 20.3 Mixta
  - 20.4 Extraordinaria
  - 20.5 Humanitaria
  - 20.6 Continua
  - 20.7 Discontinua.
- XXI. Días de descanso**
  - 21.1 Descanso semanal
  - 21.2 Descanso obligatorio
- XXII. Vacaciones**
  - 22.1 Períodos
  - 22.2 Prima de vacaciones
  - 22.3 Consecuencia de su incumplimiento
- XXIII. El salario**
  - 23.1 Concepto
  - 23.2 Formas
- XXIV. Integración del salario**
  - 24.1 Salario mínimo
  - 24.2 General
  - 24.3 Profesional
  - 24.4 Industrial
  - 24.5 Remunerador
  - 24.6 Normas protectoras
- XXV. Legislación laboral**
  - 25.1 Concepto de prima de antigüedad
  - 25.2 Formas para su determinación
- XXVI. Obligaciones e incumplimientos**
  - 26.1 Obligación patronal respecto al pago de prima
  - 26.2 Consecuencias de su incumplimiento
- XXVII. El derecho de participación de la utilidad**
  - 27.1 Diversos conceptos
  - 27.2 Instituciones afines
- XXVIII. Conceptualización legal**
  - 28.1 Regulación constitucional
  - 28.2 Regulación en la Ley Federal del Trabajo
- XXIX. Rescisión de las relaciones de trabajo**
  - 29.1 Concepto
  - 29.2 Causas de rescisión
- XXX. Despidos.**
  - 30.1 Causales del despido
  - 30.2 Separación
  - 30.3 Causales
  - 30.4 Técnica formal del despido

- 30.5 Técnicas de la separación
- 30.6 Despido arbitrario
- XXXI. Consecuencias al despido**
  - 31.1 Indemnización
  - 31.2 Reinstalación
  - 31.3 Salarios caídos y vencidos
  - 31.4 Negativa a reinstalar
  - 31.5 Excepciones
  - 31.6 Régimen indemnizatorio
- XXXII. Terminación de las relaciones de trabajo**
  - 32.1 Forma individual
  - 32.2 Forma colectiva
  - 32.3 Mutuo consentimiento
  - 32.4 Su técnica formal
- XXXIII. Presupuesto liberatorio de responsabilidad**
  - 33.1 La muerte del trabajador y sus afectos
  - 33.2 Por conclusión
  - 33.3 Obra, vigencia
  - 33.4 Incapacidad definitiva
  - 33.5 Inversión de capital
  - 33.6 Sustitución patronal
- XXXIV. La suspensión laboral**
  - 34.1 Concepto
  - 34.2 Efectos de la suspensión.
  - 34.3 Clasificación
  - 34.4 Individual
  - 34.5 Colectiva
  - 34.6 Enfermedad
  - 34.7 Incapacidad temporal
  - 34.8 Prisión preventiva
  - 34.9 Arresto
  - 34.10 Servicios y cargos constitucionales
  - 34.11 Representaciones laborales
  - 34.12 Faltas de documentos
- XXXV. Trabajos especiales**
  - 35.1 Disposiciones generales
  - 35.2 Clasificación laboral
- XXXVI. Trabajo de industria familiar**
  - 36.1 Regulación laboral
  - 36.2 Requisitos
- XXXVII. Trabajos en las Universidades e Instituciones de Educación Superior Autónomas por Ley**
  - 37.1 Concepto
  - 37.2 Regulación laboral
- XXXVIII. Protección a la mujer y al menor**
  - 38.1 Trabajo extraordinario

- 38.2 Trabajo nocturno
- 38.3 Labores insalubres
- XXXIX. Protección a la maternidad**
  - 39.1 Incapacidad por maternidad
  - 39.2 Protección a los menores
- XL. Riesgos profesional**
  - 40.1 Concepto
  - 40.2 Clasificaciones
  - 40.3 Consecuencias
- XLI. Diversas clases de incapacidades**
  - 41.1 Beneficios en caso de indemnización
  - 41.2 Rehabilitación del trabajador
- XLII. Organización internacional del trabajo**
  - 42.1 Objeto
  - 42.2 Estructura
  - 42.3 Naturaleza
  - 42.4 Formalidades
- XLIII. Convenios y recomendaciones**
  - 43.1 Regulación
  - 43.2 Beneficios en caso de indemnización
- XLIV. La caducidad laboral**
  - 44.1 Concepto
  - 44.2 Términos
- XLV. Presupuestos**
  - 45.1 Técnicas
  - 45.2 Reglamentación

#### **Criterios de evaluación:**

1) Evaluaciones parciales	40%
2) Tareas y participación	30%
3) Evaluación final	30%
	100%

#### **Estrategias de enseñanza:**

Con docente:

- Clase expositiva y demostrativa
- Exposición de investigaciones y experiencias
- Dinámicas grupales

De estudio independiente:

- Realizar investigaciones
- Análisis de casos, ensayos
- Lecturas recomendadas

### **Instalaciones y equipo especial:**

- Aula
- Proyector

### **Recursos y tecnologías de la información:**

- Cañón.
- Internet.

### **Perfil Idóneo del docente:**

- a. Nivel Educativo: Licenciatura
- b. Área de conocimiento: Administración, Ciencias Sociales y Derecho.
- c. Campo laboral y profesional: Experiencia mínima de un año en el campo del derecho.
- d. Experiencia docente: 2 años a nivel Licenciatura.

### **Orientaciones bibliográficas:**

- Buen, N. (2018) Derecho Procesal de trabajo II (20<sup>a</sup> edición). México: Ed. Porrúa.
- Dávalos, J. (2017). Derecho colectivo y procesal de trabajo (11<sup>a</sup> edición). México: Ed. Porrúa.



**UNIVERSIDAD  
MODELO  
VALLADOLID**

**Plan de Estudios:  
Licenciatura en Gestión de Negocios  
Programa de asignatura**

Asignatura: Optativa VI: Administración de eventos deportivos.

Semestre: Sexto

Modalidad: Escolar (Presencial)

Clave de la asignatura: 0410607-7

Clave de la asignatura seriada: n

Duración total en horas:	96	Horas totales docente:	64	Horas totales de estudio independiente:	32	Créditos:	6
--------------------------	----	------------------------	----	---	----	-----------	---

**Objetivo de la asignatura:**

Aplicar los elementos que intervienen en la administración del deporte como parte fundamental de los procesos administrativos.

**Contenido temático:**

- I. Introducción a la administración de eventos deportivos.**
  - 1.1 Conceptos básicos de administración de eventos deportivos.
  - 1.2 Procesos de planeación.
- II. Finalidad de los eventos deportivos.**
  - 2.1 Bien social.
  - 2.2 Interés personal.
- III. Beneficios de un evento deportivo.**
  - 3.1 Económico.
  - 3.2 Social y salud.
  - 3.3 Turístico.
  - 3.4 Deportivo.
  - 3.5 Posicionamiento empresarial.
  - 3.6 Infraestructura.
  - 3.7 Político.
- IV. Documentación inicial.**
  - 4.1 Convocatoria.
  - 4.2 Boletines.
  - 4.3 Centro operativo.
- V. Información complementaria.**
  - 5.1 Servicios de emergencia.
  - 5.2 Servicios de seguridad.
- VI. Ubicación de sedes.**

- 6.1 Eventos deportivos.
- 6.2 Hospitales cercanos.
- VII. Memoria.**
  - 7.1 Resultados deportivos.
  - 7.2 Resultados operativos.
- VIII. Planeación de eventos deportivos.**
  - 8.1 Planeación de la administración deportiva.
  - 8.2 Recursos humanos.
  - 8.3 Trámites administrativos internos y públicos.
  - 8.4 Financiamiento.
  - 8.5 Alojamiento y transporte.
  - 8.6 Difusión y promoción.
  - 8.7 Instalaciones especiales, accesos y acreditaciones.
- IX. Organización.**
  - 9.1 Tipos de organización de eventos deportivos.
  - 9.2 Beneficios de una organización programada.
  - 9.3 Actos de protocolo.
  - 9.4 Atención a participantes, invitados y medios de comunicación.
  - 9.5 Riesgos de una organización improvisada.
- X. Sistemas de competencia por eliminación.**
  - 10.1 Sencilla.
  - 10.2 Doble.
- XI. Sistemas de competencias por puntos.**
  - 11.1 Una vuelta.
  - 11.2 Dos vueltas.
- XII. Fútbol.**
  - 12.1 Fútbol soccer.
  - 12.2 Fútbol rápido.
  - 12.3 Fútbol 7.
  - 12.4 Fútbol de playa.
- XIII. Voleibol.**
  - 13.1 Voleibol de sala.
  - 13.2 Voleibol de playa.
- XIV. Basquetbol y balonmano.**
  - 14.1 Basquetbol FIBA.
  - 14.2 Mini balonmano.
  - 14.3 Balonmano profesional.

**Criterios de evaluación:**

1) Evaluaciones parciales	40%
2) Tareas y participación	30%
3) Evaluación final	30%
	100%

### **Estrategias de enseñanza:**

Con docente:

- Clase expositiva y demostrativa
- Exposición de investigaciones y experiencias
- Dinámicas grupales

De estudio independiente:

- Realizar investigaciones
- Análisis de casos, ensayos
- Lecturas recomendadas

### **Instalaciones y equipo especial:**

- Aula
- Proyector

### **Recursos y tecnologías de la información:**

- Cañón.
- Internet.

### **Perfil Idóneo del docente:**

- a. Nivel Educativo: Licenciatura
- b. Área de conocimiento: Ciencias de la Salud.
- c. Campo laboral y profesional: Experiencia 1 año en el área de administración deportiva.
- d. Experiencia docente: 2 años a nivel Licenciatura.

### **Orientaciones bibliográficas:**

- García, M. (2017) Administración de eventos deportivos. México. Editorial Comares
- Ibáñez, S. Antúnez, A. Molina, S. (2021), Nuevas tendencias para el impulso del talento deportivo. España. Editorial Wanceulen S.L.



**UNIVERSIDAD  
MODELO  
VALLADOLID**

**Plan de Estudios:  
Licenciatura en Gestión de Negocios  
Programa de asignatura**

Asignatura: Optativa VI: Programación móvil

Semestre: Sexto

Modalidad: Escolar (Presencial)

Clave de la asignatura: 0410607-8

Clave de la asignatura seriada: n

Duración total en horas:	96	Horas totales docente:	64	Horas totales de estudio independiente:	32	Créditos:	6
--------------------------	----	------------------------	----	---	----	-----------	---

**Objetivo de la asignatura:**

Aplicar los conocimientos teórico-prácticos para diseñar, programar y publicar aplicaciones realizadas para dispositivos móviles en sistemas operativos Android e iOS..

**Contenido temático:**

**I. Introducción a las tecnologías de móviles**

- 1.1 Evolución de los dispositivos móviles.
- 1.2 Introducción a las tecnologías y herramientas móviles.
- 1.3 Tecnologías emergentes.
- 1.4 Tecnología de clientes ligeros: tecnología inalámbrica, redes de datos de radio, tecnología de microondas, redes de radio móvil, asistentes personales digitales, tarjetas inteligentes.

**II. Arquitecturas y entorno de desarrollo.**

- 2.1 Arquitecturas
- 2.2 Entorno de desarrollo
- 2.3 Requerimientos de los dispositivos ligeros
- 2.4 Lenguajes de programación
- 2.5 Configuraciones
- 2.6 Perfiles

**III. Sistemas operativos para dispositivos móviles. (iOS y Android)**

- 3.1 Tipos de Sistemas Operativos.
- 3.2 Funciones y estructuras.
- 3.3 Comunicación. Protocolos.
- 3.4 Seguridad en dispositivos móviles.

**IV. Desarrollo de aplicaciones móviles. (iOS y Android)**

- 4.1 Instalación entorno de desarrollo (Eclipse).
- 4.2 Metodología de desarrollo y ejecución.
- 4.3 Uso de formularios Web móvil.
- 4.4 Uso de controles.
- 4.5 Diseño Interfaces de usuario.

**V. Administración de datos en dispositivos móviles. (iOS y Android)**

- 5.1 Introducción.
- 5.2 Modelo de objetos de acceso a datos.
- 5.3 Manipulación de datos.
- 5.4 Sincronización de información.
- 5.5 XML.
- 5.6 JSON.

**VI. Tecnologías de desarrollo web móviles. (iOS y Android)**

- 6.1 Arquitecturas específicas.
- 6.2 Máquinas virtuales y simuladores.
- 6.3 Técnicas de entrada/salida.
- 6.4 Servicios gráficos y de gestión de eventos.
- 6.5 Acceso a bases de datos.
- 6.6 Aplicaciones web móviles.
- 6.7 Entornos de desarrollo.

**Criterios de evaluación:**

1) Evaluaciones parciales	40%
2) Tareas y participación	30%
3) Evaluación final	30%
	100%

**Estrategias de enseñanza:**

Con docente:

- Clase expositiva y demostrativa
- Exposición de investigaciones y experiencias
- Dinámicas grupales

De estudio independiente:

- Realizar investigaciones
- Análisis de casos, ensayos
- Lecturas recomendadas

**Instalaciones y equipo especial:**

- Aula
- Proyector

### **Recursos y tecnologías de la información:**

- Cañón.
- Internet.

### **Perfil Idóneo del docente:**

- a. Nivel Educativo: Ingeniería.
- b. Área de conocimiento: Ingeniería, Ciencias exactas y TIC
- c. Campo laboral y profesional: Experiencia en gerencia o dirección en áreas de informática, y programación móvil.
- d. Experiencia docente: 2 años a nivel Licenciatura.

### **Orientaciones bibliográficas:**

- Martínez, X. (2019). *Diseño de páginas wordpress para todos los públicos*. España: Ed. UOC.
- Gutiérrez, D. (2017). *Comercio electrónico: creación y protección de un sitio web*. Colombia: Ed. UNAULA.
- Velázquez, I. (2019). *Creación de sitios web*. Argentina: Ed. SixEdiciones.



**Plan de Estudios**  
**Licenciatura en Gestión de Negocios**  
**Programa de asignatura**

Asignatura: Optativa VI: Perspectiva de género

Semestre: Sexto

Modalidad: Escolar (Presencial)

Clave de la asignatura: 0410607-9

Clave de la asignatura seriada: n

Duración total en horas:	96	Horas totales docente:	64	Horas totales de estudio independiente:	32	Créditos	6
--------------------------	----	------------------------	----	---	----	----------	---

**Objetivo de la asignatura:**

Comprender los conceptos básicos, los ámbitos de estudio teórico y político, así como las áreas de aplicación programática de la perspectiva de género, incluyendo su transversalización, y desarrollar la sensibilidad necesaria para analizar y diseñar políticas y programas locales, nacionales e internacionales, incorporando la perspectiva de género.

**Contenido temático:**

**I. Conceptos básicos del estudio del género**

- 1.1. Conceptos
- 1.2. Sexo y género
- 1.3. Igualdad, equidad, paridad
- 1.4. Discriminación y violencia basada en género y contra la mujer
- 1.5. Empoderamiento económico
- 1.6. El enfoque feminista
- 1.7. Poder y dominación: introducción a la transversalización
- 1.8. Producción y reproducción
- 1.9. La división social del trabajo
- 1.10. Marcos legales internacionales y regionales
- 1.11. Declaración y Plataforma de Acción de Beijing
- 1.12. Convención sobre la Eliminación de Todas las Formas de Discriminación contra la Mujer (CEDAW)
- 1.13. Convención Interamericana para prevenir, sancionar y erradicar la violencia contra la mujer “Belem do Pará”
- 1.14. La Igualdad de Género en la Agenda 2030

**II. Ámbitos del estudio y aplicación de la perspectiva de género**

- 2.1. El mundo laboral
- 2.2. Economía de cuidado

- 2.3. Responsabilidad y decisión
- 2.4. Ejemplos prácticos y retos pendientes

### **III. El mundo político**

- 3.1. Participación
- 3.2. Representación
- 3.3. Ejemplos prácticos y retos pendientes

### **IV. Instituciones estatales**

- 4.1. Agencias especializadas
- 4.2. El papel de las cortes
- 4.3. Ejemplos prácticos y retos pendientes

### **V. Transversalización de la agenda de género en programas y políticas**

- 5.1. Programas con perspectiva de género
- 5.2. Pobreza
- 5.3. Salud
- 5.4. Seguridad
- 5.5. Política exterior feminista de México y Canadá
- 5.6. El caso de México
- 5.7. El caso de Canadá
- 5.8. Recursos y herramientas programáticas
- 5.9. Programa de Naciones Unidas para el Desarrollo
- 5.10. Agencia Española de Cooperación Internacional para el Desarrollo

#### **Criterios de evaluación:**

1) Evaluaciones parciales	40%
2) Tareas y participación	30%
3) Evaluación final	30%
	100%

#### **Estrategias de enseñanza:**

Con docente:

- Clase expositiva y demostrativa
- Exposición de investigaciones y experiencias
- Dinámicas grupales

De estudio independiente:

- Realizar investigaciones
- Análisis de casos, ensayos
- Lecturas recomendadas

### **Instalaciones y equipo especial:**

- Aula

### **Recursos y tecnologías de la información:**

- Cañón
- Computadora
- Internet

### **Perfil Idóneo del docente:**

- a. Nivel Educativo: Licenciatura
- b. Área de conocimiento: Ciencias sociales, administración y derecho
- c. Campo laboral y profesional: 2 años de experiencia profesional en el sector público, privado o no lucrativo en temas vinculados a los recursos naturales, económicos y/o demográficos de México.
- d. Experiencia docente: 2 años en licenciatura

### **Orientaciones bibliográficas:**

- Ferguson, L (2019). "Future Directions for Feminist Gender Training," in A Transformative Tool for Gender Equality: London; Palgrave Pivot.
- Primer informe del Relator Especial de Naciones para la no violencia y no discriminación por motivos de orientación sexual e identidad de género (2017). Oficina de la Alta Comisionada de Naciones Unidas para los Derechos Humanos. Ginebra.
- Status of Women Canada. 2017. Gender Based Analysis Plus (GBA+). Government of Canada.
- Syed, J., & Ali, F. (2019). "A relational perspective on gender equality and mainstreaming mainstreaming," Human Resource Development International, 22:1, pp. 4-24



**UNIVERSIDAD  
MODELO  
VALLADOLID**

**Plan de Estudios:  
Licenciatura en Gestión de Negocios  
Programa de asignatura**

Asignatura: Optativa VI: Logística de fabricación.

Semestre: Sexto

Modalidad: Escolar (Presencial)

Clave de la asignatura: 0410607-10

Clave de la asignatura seriada: n

Duración total en horas:	96	Horas totales docente:	64	Horas totales de estudio independiente:	32	Créditos:	6
--------------------------	----	------------------------	----	---	----	-----------	---

**Objetivo de la asignatura:**

Planificar los procesos operativos que tienen lugar en el área de fabricación, para asegurar la total satisfacción de todas las partes interesadas en la cadena de suministros.

**Contenido temático:**

**I. La creación del medio televisivo.**

- 1.1. Invento de la televisión.
- 1.2. Inicio de la televisión como medio de comunicación.

**II. Introducción a la dirección de producción**

- 2.1. Fundamentos de producción
- 2.2. Significado de la producción a nivel nacional
- 2.3. Análisis de la productividad
- 2.4. Las decisiones previas a la puesta en marcha de la producción
- 2.5. La dirección estratégica

**III. ¿Qué producir?: análisis del producto**

- 3.1. El producto desde el punto de vista del marketing
- 3.2. Concepto de producto
- 3.3. Diferentes acepciones del producto ¿tangible, ampliado, genérico, diferenciado?
- 3.4. La imagen de marca
- 3.5. El producto a través de sus atributos
- 3.6. Selección del producto: ciclo de vida, estrategias, nuevos productos.
- 3.7. El producto desde el punto de vista del director de producción
- 3.8. El diseño del producto
- 3.9. Test de producto
- 3.10. Test de mercado

3.11. Análisis de valor

**IV. ¿Cuánto producir?: determinación de la capacidad de planta**

- 4.1. Concepto
- 4.2. Clases de capacidad
- 4.3. Determinación de las necesidades futuras de capacidad
- 4.4. La capacidad y la demanda
- 4.5. Estrategias de adaptación de la capacidad actual
- 4.6. La capacidad y la estadística
- 4.7. La capacidad y los árboles de decisión
- 4.8. La capacidad y el punto muerto
- 4.9. La capacidad y la tecnología

**V. ¿Dónde producir?: la localización de la planta productiva**

- 5.1. Factores que afectan a la localización
- 5.2. Métodos de localización
- 5.3. El método de los factores ponderados
- 5.4. El método del punto muerto
- 5.5. Métodos basados en la consideración de un solo factor
- 5.6. El método del centro de gravedad
- 5.7. Los métodos del transporte

**VI. ¿Cómo producir?: el diseño del proceso de producción**

- 6.1. Significado del diseño del proceso de producción
- 6.2. Estrategias de proceso"
- 6.3. Procesos enfocados a la fabricación de lotes
- 6.4. Procesos enfocados a proyectos
- 6.5. Procesos continuos'
- 6.6. Factores relacionados con la elección de un proceso
- 6.7. Elección de un proceso
- 6.8. Los procesos en las empresas de servicios

**VII. Modelos de gestión de la producción**

- 7.1. MRP II (Manufacturing Resources Planning)
- 7.2. JIT (Just in Time)
- 7.3. TOC (Theory of Constraints)
- 7.4. PBC (Period Batch Control)
- 7.5. Introducción a la producción ajustada

**VIII. Principios de la producción ajustada**

- 8.1. Introducción
- 8.2. Gestión de cadena de suministro
- 8.3. Producción ajustada en el contexto de la logística ajustada
- 8.4. Lean Manufacturing — Lean Logistics
- 8.5. Variables de desempeño productivo y logístico
- 8.6. Indicadores de gestión
- 8.7. Mejora de las variables de desempeño
- 8.8. Concepto de cadena de valor
- 8.9. Valor /despilfarro
- 8.10. Análisis de conceptos de valor/despilfarro
- 8.11. Tipos de despilfarro

- 8.12. Técnicas, herramientas y metodologías de mejora
- 8.13. Eficiencia como indicador de rendimiento en la planta
- 8.14. Concepto de 6 grandes pérdidas
- 8.15. Metodología SMED
- 8.16. Flexibilidad en el mix de producción vs stock
- 8.17. Fases de implantación de la metodología SMED
- 8.18. Caso real de aplicación de la metodología SMED
- 8.19. Metodología SS
- 8.20. Fases de implantación de la metodología 5S
- 8.21. Casos reales de implantación de proyectos 5S

#### **Criterios de evaluación:**

1) Evaluaciones parciales	40%
2) Tareas y participación	30%
3) Evaluación final	30%
	100%

#### **Estrategias de enseñanza:**

Con docente:

- Clase expositiva y demostrativa
- Exposición de investigaciones y experiencias
- Dinámicas grupales

De estudio independiente:

- Realizar investigaciones
- Análisis de casos, ensayos
- Lecturas recomendadas

#### **Instalaciones y equipo especial:**

- Aula
- Proyector

#### **Recursos y tecnologías de la información:**

- Cañón.
- Internet.

#### **Perfil Idóneo del docente:**

- a. Nivel Educativo: Licenciatura.
- b. Área de conocimiento: Administración, Ciencias Sociales y Derecho.

- c. Campo laboral y profesional: Experiencia en producción televisiva mínima 1 año.
- d. Experiencia docente: 2 años a nivel Licenciatura.

#### **Orientaciones bibliográficas:**

- Arias, D. y Minguela, B. (2018). Dirección de la producción y operaciones: decisiones operativas. España: Ed. Pirámide
- D'Alessio, F. (2018). Administración de las operaciones productivas: conceptos, casos y ejercicios razonados. México: Ed. Pearson.



**Plan de Estudios:**  
**Licenciatura en Gestión de Negocios**  
**Programa de asignatura**

Asignatura: Educación para la vida VI

Semestre: Sexto

Modalidad: Escolar(Presencial)

Clave de la asignatura: 0410608

Clave de la asignatura seriada: n

Duración total en horas:	16	Horas totales docente:	16	Horas totales de estudio independiente:	0	Créditos	1
--------------------------	----	------------------------	----	---	---	----------	---

**Objetivo de la asignatura:**

Aplicar técnicas y herramientas del área de recursos humanos para el desarrollo de actitudes que promuevan el éxito profesional.

**Contenido temático:**

- I. Cómo organizar y mejorar tus finanzas personales.**
  - 1.1. Finanzas.
  - 1.2. Fuentes de ingreso.
  - 1.3. Distribución y representación económica.
  - 1.4. Créditos y tipos de créditos.
  - 1.5. Afores.
- II. La habilidad para asegurar tu éxito profesional.**
  - 2.1. Sistemas cerrados y abiertos.
  - 2.2. La tecnología y la ideal del yo.
  - 2.3. Branding personal.
  - 2.4. El futuro y las herramientas para tu marca personal.
- III. Mi proyecto de vida profesional.**
  - 3.1. Contexto.
  - 3.2. Conoce tus opciones.
  - 3.3. Tipo de habilidades.
  - 3.4. Toma de decisiones.
  - 3.5. Emociones y estrategias.

### Criterios de evaluación

1) Asistencia	40%
2) Infografía	30%
3) Evaluación de retroalimentación	30%
	100%

- Por reglamento se evaluará la materia como: aprobado o no aprobado.

### Estrategias de enseñanza

Con docente:

- Clase expositiva y demostrativa
- Exposición de investigaciones y experiencias
- Dinámicas grupales

### Instalaciones y equipo especial

- Aula.

### Recursos y tecnologías de la información

- Cañón.
- Computadora.
- Internet.
- Sistemas de almacenamiento en la nube.

### Perfil Idóneo del docente

- a. Nivel Educativo: Licenciatura.
- b. Área de conocimiento: Ciencias sociales, Administración y Derecho.
- c. Campo laboral y profesional: 2 años en el sector empresarial o de servicios.
- d. Experiencia docente: 2 años en licenciatura.

### Orientaciones bibliográficas

- Cañeque, M. (2017). *El nuevo liderazgo*. Ediciones Granica.
- Castanyer, O. (2018). *Quiero aprender... a quererme con asertividad* (2a. ed.). Editorial Desclée de Brouwer.
- Duch, I. (2004). *Ideario Pedagógico de la Universidad Modelo*. México: Universidad Modelo.
- Gutiérrez, M., González, M. y Vallejo, J. (2019). *¿Qué haces con tu dinero? Mejora tus finanzas personales*. Instituto Mexicano de Contadores Públicos.
- Kleon, A. (2020). *Roba como artista*. Aguilar.
- Rojas, M. (2018). *Finanzas personales: cultura financiera*. Ediciones de la U.



**UNIVERSIDAD  
MODELO  
VALLADOLID**

**Plan de Estudios:  
Licenciatura en Gestión de Negocios  
Programa de asignatura**

Asignatura: Optativa VIII: Valuación de los estados financieros.

Semestre: Séptimo

Modalidad: Escolar (Presencial)

Clave de la asignatura: 0410702-1

Clave de la asignatura seriada: n

Duración total en horas:	112	Horas totales docente:	64	Horas totales de estudio independiente:	48	Créditos:	7
--------------------------	-----	------------------------	----	---	----	-----------	---

**Objetivo de la asignatura:**

Aplicar las herramientas para la valuación de los principales valores financieros que cotizan en los mercados financieros mexicanos.

**Contenido temático:**

- I. Instrumentos de renta fija**
  - 1.1 Análisis de rendimiento
  - 1.2 Análisis de precios
- II. Curva de rendimiento**
  - 2.1 Estructura de tasas de interés
  - 2.2 Tasas forward
- III. Análisis de riesgo**
  - 3.1 Volatilidad
  - 3.2 Crédito
  - 3.3 Reinversión
  - 3.4 Operacional
  - 3.5 Recompra
  - 3.6 Instrumentos de Deuda
  - 3.7 Gubernamentales
  - 3.8 Privados
  - 3.9 Bancarios
- IV. Mercado de Capitales**
  - 4.1 Obligaciones
  - 4.2 Acciones
  - 4.3 CPOS
- V. Mercado de Derivados**

5.1 Opciones

5.2 Warrants (valor corporativo parecido a una opción de compra)

5.3 Futuros

5.4 Forwards (compra/venta a plazo)

5.5 Mercado Cambiario

5.6 Tipo de cambio valor hoy

5.7 Tipo de cambio valor mañana

5.8 Tipo de cambio valor spot

5.9 Sociedades de Inversión

5.10SRV

5.11 SRF

5.12 SIOLES

**VI. Métodos de valuación de empresas**

6.1 La razón precio/utilidad

6.2 Valuación por múltiplos

**VII. Modelo de precios de activo de capital**

7.1 Cálculo

7.2 Toma de decisiones en base al modelo CAPM

**Criterios de evaluación:**

1) Evaluaciones parciales	40%
2) Tareas y participación	30%
3) Evaluación final	30%
	100%

**Estrategias de enseñanza:**

Con docente:

- Clase expositiva y demostrativa
- Exposición de investigaciones y experiencias
- Dinámicas grupales

De estudio independiente:

- Realizar investigaciones
- Análisis de casos, ensayos
- Lecturas recomendadas

**Instalaciones y equipo especial:**

- Aula
- Proyector

**Recursos y tecnologías de la información:**

- Cañón.
- Internet.

**Perfil Idóneo del docente:**

- a. Nivel Educativo: Licenciatura.
- b. Área de conocimiento: Administración, Ciencias Sociales y Derecho.
- c. Campo laboral y profesional: Contabilidad, Auditoria y Finanzas mínimo 1 año.
- d. Experiencia docente: 2 años a nivel Licenciatura.

**Orientaciones bibliográficas:**

- Román, J. (2018). Estados financieros básicos 2018: proceso de elaboración y reexpresión México: Ed. ISEF.
- Ponce, O., Morejón, M., Salazar, G. y Baque, E. (2019). Introducción a las finanzas. México. 3 ciencias
- Normas de Información Financiera. (2018). México: Instituto Mexicano de Contadores Públicos



**Plan de Estudios:**  
**Licenciatura en Gestión de Negocios**  
**Programa de asignatura**

Asignatura: Optativa VIII: Producción y post producción televisiva.

Semestre: Séptimo

Modalidad: Escolar (Presencial)

Clave de la asignatura: 0410702-2

Clave de la asignatura seriada: n

Duración total en horas:	112	Horas totales docente:	64	Horas totales de estudio independiente:	48	Créditos:	7
--------------------------	-----	------------------------	----	---	----	-----------	---

**Objetivo de la asignatura:**

Aplicar en las producciones televisivas en estudio y en locaciones los conocimientos teóricos y prácticos.

**Contenido temático:**

- I. Las ediciones lineal y no lineal.**
  - 1.1. Procesos analógico y digital.
  - 1.2. El entorno digital y su complejidad.
- II. La captura y el corte.**
  - 2.1. Efectos de transición básicos.
  - 2.2. El titulaje y la incrustación en el video.
- III. Creación del video terminado o render.**
  - 3.1. Tipos de archivos y sus características.
  - 3.2. La presentación.
- IV. Los guiones literarios y técnicos.**
  - 4.1. Diferentes tipos de guión.
  - 4.2. Estilos de guión.
- V. El break de grabación y producción.**
  - 5.1. La hoja de llamados.
  - 5.2. Imágenes del scouting.
  - 5.3. El seguimiento del back stage.
- VI. El Story board y break de edición.**
  - 6.1. Funciones y características del story board.
  - 6.2. Funciones y características del break de edición.
  - 6.3. La hoja de calificación.
- VII. El staff de producción.**
  - 7.1. Roles y responsabilidades.

- 7.2. La labor del productor.
- 7.3. Trabajo en equipo.

### **VIII. La importancia del personal del master.**

- 8.1 Operadores del master de televisión.
- 8.2 El switcher de video.

### **IX. La realización.**

- 9.1. Técnicas escenográficas.
- 9.2. La iluminación.
- 9.3. La ambientación

### **X. La grabación en locaciones.**

- 10.1. Equipos y procesos.
- 10.2. La realización de proyectos.

#### **Criterios de evaluación:**

1) Evaluaciones parciales	40%
2) Tareas y participación	30%
3) Evaluación final	30%
	100%

#### **Estrategias de enseñanza:**

Con docente:

- Clase expositiva y demostrativa
- Exposición de investigaciones y experiencias
- Dinámicas grupales

De estudio independiente:

- Realizar investigaciones
- Análisis de casos, ensayos
- Lecturas recomendadas

#### **Instalaciones y equipo especial:**

- Aula
- Proyector

#### **Recursos y tecnologías de la información:**

- Cañón.
- Internet.

**Perfil Idóneo del docente:**

- a. Nivel Educativo: Licenciatura.
- b. Área de conocimiento: Administración, Ciencias Sociales y Derecho.
- c. Campo laboral y profesional: Experiencia en producción televisiva mínima 1 año.
- d. Experiencia docente: 2 años a nivel Licenciatura.

**Orientaciones bibliográficas:**

- Ortiz, M. (2018) Producción y realización en medios audiovisuales. España: Ed. Rua Universidad de Alicante
- Frías, I. (2021). La revolución de Netflix en el cine y la televisión. Peru: Fondo editorial comunicación, Universidad de Lima.



**UNIVERSIDAD  
MODELO  
VALLADOLID**

**Plan de Estudios:  
Licenciatura en Gestión de Negocios  
Programa de asignatura**

Asignatura: Optativa VIII: Cultura turística en la comunidad.

Semestre: Séptimo

Modalidad: Escolar (Presencial)

Clave de la asignatura: 0410702-3

Clave de la asignatura seriada: n

Duración total en horas:	112	Horas totales docente:	64	Horas totales de estudio independiente:	48	Créditos:	7
--------------------------	-----	------------------------	----	---	----	-----------	---

**Objetivo de la asignatura:**

Reconocer las principales características sustantivas de la cultura turística que debe tener en cuenta una comunidad receptora de turismo, así como la información a manejar, con la finalidad de que se formen su propio criterio y puedan aplicarlo en proyectos de desarrollo turístico.

**Contenido temático:**

**I. Cultura**

- 1.1. Elementos de la Cultura
- 1.2. Importancia de la cultura

**II. Turismo**

- 2.1. Tipos de turismo
- 2.2. Efectos Culturales del turismo

**III. Protección y Valoración de tradiciones y costumbres**

- 3.1 Costumbres ancestrales de protección al medio ambiente
- 3.2 Los pueblos indígenas, su cultura, tradiciones y costumbres

**IV. Cultura turística**

- 4.1. Turismo como prioridad nacional
- 4.2. Los ejes rectores del turismo como prioridad nacional

**V. Origen de la cultura turística**

- 5.1 Países pioneros
- 5.2 Primeros estudios acerca de cultura turística.

**VI. Objetivo de la Cultura Turística**

- 6.1 La competitividad del sector turismo
- 6.2 Generar la investigación, el desarrollo tecnológico, la innovación y el análisis científico.

**VII. Cultura Turística y Desarrollo Sustentable**

7.1 Reflexiones del vínculo del turismo cultural con los valores del desarrollo sustentable

7.2 La cultura turística como una alternativa más para el desarrollo sostenible

**VIII. Turista**

8.1 Definición

8.2 Tipos de turista

**IX. Motivación de los turistas por la Comunidad**

9.1 Estudio psicológico de las motivaciones del turista.

9.2 Necesidades del turista de la comunidad.

**X. Promoción Turística**

10.1 La promoción turística como herramienta de información.

10.2 Vía de comunicación entre la empresa y el cliente.

**XI. Encuentro turista-comunidad (Anfitrión)**

11.1 Influencias positivas y negativas a la comunidad

11.2 Respeto a la comunidad receptora.

**XII. Rol de la comunidad receptora de la actividad turística**

12.1 Anfitriona

12.2 Cultura de servicio al cliente.

**XIII. Calidad de vida en la comunidad**

13.1 El turismo principal generador de divisas

13.2 Condiciones de calidad de vida en la comunidad receptora.

**XIV. Desarrollo Socioeconómico**

14.1 Beneficios económicos

14.2 Beneficios locales

**XV. Educación**

15.1 factores negativos que influyen en la educación de la comunidad receptora

15.2 Factores positivos que influyen en la educación de la comunidad receptora.

**XVI. Salud**

16.1 Factores de riesgo en la salud de la comunidad por la llegada de turistas.

16.2 Control de enfermedades por la llegada de turistas.

**XVII. Expectativas de vida**

17.1 Mejoras en la calidad de la vivencia del turista

17.2 Mejoras en la calidad de vida de la comunidad receptora

**XVIII. Competitividad turística**

18.1 Calidad en el Servicio

18.2 Profesionalismo

18.3 Capacitación

#### **Criterios de evaluación:**

1) Evaluaciones parciales	40%
2) Tareas y participación	30%
3) Evaluación final	30%
	100%

#### **Estrategias de enseñanza:**

Con docente:

- Clase expositiva y demostrativa
- Exposición de investigaciones y experiencias
- Dinámicas grupales

De estudio independiente:

- Realizar investigaciones
- Análisis de casos, ensayos
- Lecturas recomendadas

#### **Instalaciones y equipo especial:**

- Aula
- Proyector

#### **Recursos y tecnologías de la información:**

- Cañón.
- Internet.

#### **Perfil Idóneo del docente:**

- a. Nivel Educativo: Licenciatura.
- b. Área de conocimiento: Administración, Ciencias Sociales y Derecho.
- c. Campo laboral y profesional: Administración de empresas turísticas mínimo 1 año.
- d. Experiencia docente: 2 años a nivel Licenciatura.

#### **Orientaciones bibliográficas:**

- Garrido, S. (2018). Diseño de productos turísticos. España. Ediciones Paraninfo.
- Cabanilla, E. (2020). Turismo y desarrollo rural. Realidades diversas y propuestas sostenibles desde América latina. Ecuador. Ediciones Uleam.



**UNIVERSIDAD  
MODELO  
VALLADOLID**

**Plan de Estudios:  
Licenciatura en Gestión de Negocios  
Programa de asignatura**

Asignatura: Optativa VIII: Seguridad de las tecnologías de la información.

Semestre: Séptimo

Modalidad: Escolar (Presencial)

Clave de la asignatura: 0410702-4

Clave de la asignatura seriada: n

Duración total en horas:	112	Horas totales docente:	64	Horas totales de estudio independiente:	48	Créditos:	7
--------------------------	-----	------------------------	----	---	----	-----------	---

**Objetivo de la asignatura:**

Gestionar la seguridad en tecnologías de la información, a través de las aplicaciones de seguridad informática.

**Contenido temático:**

**I. Planeación de seguridad en redes.**

- 1.1. Planeación de seguridad en redes
- 1.2. Política de seguridad el sitio
- 1.3. Planteamiento de la política de seguridad
- 1.4. Cómo asegurar la responsabilidad hacia la política de seguridad
- 1.5. Análisis de riesgo
- 1.6. Identificación de recursos
- 1.7. Identificación de las amenazas
- 1.8. Definición del acceso no autorizado
- 1.9. Riesgo de revelación de información
- 1.10. Negación del servicio

**II. Uso y responsabilidades de la red.**

- 2.1. Uso y responsabilidades de la red
- 2.2. Identificación de quien está autorizado para usar los recursos de la red
- 2.3. Identificación del uso adecuado de los recursos
- 2.4. Quién está autorizado para conceder acceso y aprobar el uso
- 2.5. Cómo diseñar una política de red
- 2.6. Determinación de las responsabilidades del usuario
- 2.7. Determinación de las responsabilidades del administrador de sistemas
- 2.8. Qué hacer con la información delicada

**III. Políticas de seguridad.**

- 3.1 Plan de acción cuando se viole la política de seguridad
- 3.1 Respuesta a las violaciones de la política

- 3.2. Respuesta a las violaciones de la política por usuarios locales
- 3.3. Estrategias de respuesta
- 3.4. Definición de responsabilidades para ser buen ciudadano de internet
- 3.5. Contactos y responsabilidades con organizaciones externas
- 3.6. Interpretación y publicación de la política de seguridad
- 3.7. Identificación y prevención de problemas de seguridad
- 3.8. Confidencialidad
- 3.9. Implementación de controles costeados para la política
- 3.10. Procedimientos de reporte
- 3.11. Procedimientos de recuperación
- 3.12. Procedimiento de reporte de problemas para los administradores del sistema

#### **IV. Auditoria de sistemas.**

- 4.1. Auditoria de Sistemas
- 4.2. Planeación de la Auditoría en Informática
- 4.3. Evaluación de Sistemas
- 4.4. Evaluación del Análisis
- 4.5. Evaluación del Diseño Lógico del Sistema
- 4.6. Evaluación del Desarrollo del Sistema
- 4.7. Control de Proyectos
- 4.8. Control de Diseño de Sistemas y Programación
- 4.9. Instructivos de Operación
- 4.10. Forma de Implementación
- 4.11. Entrevista a Usuarios
- 4.12. Controles

#### **V. Seguridad en centros de cómputo.**

- 5.1. Orden en el Centro de Cómputo
- 5.2. Evaluación de la Configuración del Sistema de Cómputo
- 5.3. Seguridad Lógica y Confidencial
- 5.4. Seguridad Física
- 5.5. Seguridad en la Utilización del Equipo
- 5.6. Seguridad al Restaurar el Equipo
- 5.7. Procedimientos de Respaldo en Caso de Desastre

#### **VI. Seguridad de Base de Datos**

- 6.1. Privilegios con SQL.
- 6.2. Control de acceso discrecional
- 6.3. Control de acceso Mandatorio

#### **Criterios de evaluación:**

1) Evaluaciones parciales	40%
2) Tareas y participación	30%
3) Evaluación final	30%
	100%

#### **Estrategias de enseñanza:**

Con docente:

- Clase expositiva y demostrativa
- Exposición de investigaciones y experiencias
- Dinámicas grupales

De estudio independiente:

- Realizar investigaciones
- Análisis de casos, ensayos
- Lecturas recomendadas

#### **Instalaciones y equipo especial:**

- Aula
- Proyector

#### **Recursos y tecnologías de la información:**

- Cañón.
- Internet.

#### **Perfil Idóneo del docente:**

- a. Nivel Educativo: Licenciatura
- b. Área de conocimiento: Ingeniería, Ciencias exactas y TIC.
- c. Campo laboral y profesional: Experiencia mínima de un año, a nivel gerencia o dirección en áreas de informática, seguridad informática, sistemas de información o en área relacionada o poseer diploma de especialidad.
- d. Experiencia docente: 2 años a nivel Licenciatura.

#### **Orientaciones bibliográficas:**

- Martínez, X. (2019). Diseño de páginas worldpress para todos los públicos. España: Ed. UOC.
- Gutiérrez, D. (2017). Comercio electrónico: creación y protección de un sitio web. Colombia: Ed. UNAULA.
- Velázquez, I. (2019). Creación de sitios web. Argentina: Ed. SixEdiciones.



**Plan de Estudios:**  
**Licenciatura en Gestión de Negocios**  
**Programa de asignatura**

Asignatura: Optativa VIII: Diseño publicitario y medios de comunicación

Semestre: Séptimo

Modalidad: Escolar (Presencial)

Clave de la asignatura: 0410702-5

Clave de la asignatura seriada: n

Duración total en horas:	112	Horas totales docente:	64	Horas totales de estudio independiente:	48	Créditos:	7
--------------------------	-----	------------------------	----	---	----	-----------	---

**Objetivo de la asignatura:**

Valorar el papel del diseño publicitario y los medios de comunicación como estrategias fundamentales de la mercadotecnia en las organizaciones, tanto en el área del mercado nacional como global, así como desarrollar un plan de medios específico.

**Contenido temático:**

- I. Segmentación de mercados y su relación con los medios publicitarios.**
  - 1.1. Segmentos de interés para la organización
  - 1.2. Características esenciales para persuadir
- II. Investigación de mercados para la elección de estrategias de medios publicitarios.**
  - 2.1. Alternativas de investigación
  - 2.2. Conceptos fundamentales para la obtención de datos estratégicos en la identificación de medios
- III. Psicología del consumidor para la elección de medios publicitarios**
  - 3.1. Descripción de las necesidades y personalidad del target
  - 3.2. Comportamiento en las compras
- IV. La influencia de los medios en el objetivo de ventas**
  - 4.1. Relación con las necesidades
  - 4.2. Animación o seducción
  - 4.3. Estacionalidad y promoción
- V. Periódicos**
  - 5.1. Características y reglamentaciones
  - 5.2. Cobertura e inserción en la logística
  - 5.3. Esquema de precios y justificación de la inversión

- VI. Revistas**
  - 6.1. Características y reglamentaciones
  - 6.2. Cobertura e inserción en la logística
  - 6.3. Esquema de precios y justificación de la inversión
- VII. Suplementos e insertos**
  - 7.1. Características y reglamentaciones
  - 7.2. Cobertura e inserción en la logística
  - 7.3. Esquema de precios y justificación de la inversión
- VIII. Espectaculares**
  - 8.1. Características y reglamentaciones
  - 8.2. Cobertura e impacto en consumidor objetivo
  - 8.3. Esquema de precios y justificación de la inversión
- IX. Posters publicitarios**
  - 9.1. Características y reglamentaciones
  - 9.2. Cobertura e impacto en consumidor objetivo
  - 9.3. Esquema de precios y justificación de la inversión
- X. Radio**
  - 10.1. Características y reglamentaciones
  - 10.2. Cobertura e impacto en consumidor objetivo
  - 10.3. Esquema de precios y justificación de la inversión
- XI. Televisión**
  - 11.1. Características y reglamentaciones
  - 11.2. Cobertura e impacto en consumidor objetivo
  - 11.3. Esquema de precios y justificación de la inversión
- XII. Cine**
  - 12.1. Características y reglamentaciones
  - 12.2. Cobertura e impacto en consumidor objetivo
  - 12.3. Esquema de precios y justificación de la inversión
- XIII. Internet. Publicidad electrónica o información en línea.**
  - 13.1. Características y reglamentaciones
  - 13.2. Cobertura e impacto en consumidor objetivo
  - 13.3. Esquema de precios y justificación de la inversión
- XIV. DVD**
  - 14.1. Características y reglamentaciones
  - 14.2. Cobertura e impacto en consumidor objetivo
  - 14.3. Esquema de precios y justificación de la inversión
- XV. Conceptos a considerar para medios publicitarios en el mercado global**
  - 15.1. Segmentación en mercado global
  - 15.2. Investigación de mercados a nivel global
  - 15.3. Psicología del consumidor global
- XVI. Formatos de comercialización y promoción internacional**
  - 16.1. Transportación intermodal
  - 16.2. Redes televisivas de compras desde el hogar
  - 16.3. Ferias Comerciales
  - 16.4. Redes sociales
- XVII. Complementación de medios nacionales e internacionales.**

- 17.1. Mezcla de medios para el logro de objetivos
- 17.2. Aprovechamiento de costo y cobertura

**XVIII. Estructura del Plan de Medios**

- 18.1. Conceptos básicos
- 18.2. Rating
- 18.3. Share

**XIX. Elección de Medios**

- 19.1. Criterios de elección:
- 19.2. Cualitativos
- 19.3. Cuantitativos
- 19.4. Estratégicos
- 19.5. Diseño de pautas
- 19.6. Patrones de calendarización
- 19.7. Continua
- 19.8. Pulsación
- 19.9. Intervalo
- 19.10. Concentrado

**XX. Reporte del Plan de Medios**

- 20.1. Redacción y justificación
- 20.2. Cronograma de aplicación.

**Criterios de evaluación:**

1) Evaluaciones parciales	40%
2) Tareas y participación	30%
3) Evaluación final	30%
	100%

**Estrategias de enseñanza:**

Con docente:

- Clase expositiva y demostrativa
- Exposición de investigaciones y experiencias
- Dinámicas grupales

De estudio independiente:

- Realizar investigaciones
- Análisis de casos, ensayos
- Lecturas recomendadas

**Instalaciones y equipo especial:**

- Aula
- Proyector

#### **Recursos y tecnologías de la información:**

- Internet
- Equipos de cómputo

#### **Perfil Idóneo del docente:**

- a. Nivel Educativo: Licenciado en Mercadotecnia, Licenciado en Administración, Licenciado en Comunicación o Carrera Afín.
- b. Área de conocimiento: Ciencias Sociales, Administración y Derecho
- c. Campo laboral y profesional: Experiencia mínima de un año, a nivel gerencia o dirección en áreas de mercadotecnia, publicidad, ventas o administrativas o en área relacionada o poseer diploma de especialidad.
- d. Experiencia docente: 2 años a nivel Licenciatura

#### **Orientaciones bibliográficas:**

- Martínez, X. (2019). Diseño de páginas worldpress para todos los públicos. España: Ed. UOC.
- Gutiérrez, D. (2017). Comercio electrónico: creación y protección de un sitio web. Colombia: Ed. UNAULA.
- Velázquez, I. (2019). Creación de sitios web. Argentina: Ed. SixEdiciones.



**UNIVERSIDAD  
MODELO  
VALLADOLID**

**Plan de Estudios:  
Licenciatura en Gestión de Negocios  
Programa de asignatura**

Asignatura: Optativa VIII: Derecho colectivo de trabajo y seguridad social.

Semestre: Séptimo

Modalidad: Escolar (Presencial)

Clave de la asignatura: 0410702-6

Clave de la asignatura seriada: n

Duración total en horas:	112	Horas totales docente:	64	Horas totales de estudio independiente:	48	Créditos:	7
--------------------------	-----	------------------------	----	---	----	-----------	---

**Objetivo de la asignatura:**

Analizar los conceptos fundamentales de relaciones colectivas de trabajo, relacionado a problemas concretos entre trabajadores y patrones.

**Contenido temático:**

**I. Relaciones colectivas de trabajo**

- 1.1. Concepto
- 1.2. Las coaliciones
- 1.3. Clasificación
- 1.4. Sindicatos, Federaciones y Confederaciones

**II. El contrato colectivo de trabajo**

- 2.1. Características
- 2.2. Contrato- Ley
- 2.3. Reglamento interior de trabajo

**III. Modificación colectiva de las condiciones de trabajo**

- 3.1. Facultados
- 3.2. Circunstancias

**IV. Suspensión colectiva de las relaciones de trabajo**

- 4.1. Causas
- 4.2. Consecuencias

**V. El derecho de huelga.**

- 5.1. Concepto
- 5.2. Huelga ilícita

**VI. Disposiciones generales.**

- 6.1. Objetivos

6.2. Procedimientos de huelga

**VII. Riesgo de trabajo**

7.1. Concepto

7.2. Riesgos que se pueden producir

7.3. Determinación del grado de riesgo de trabajo de las empresas

**VIII. Accidente de trabajo y enfermedad de trabajo**

8.1. Concepto

8.2. Diferencias

8.3. Indemnización

8.4. Derechos

**IX. La prescripción en materia de trabajo**

9.1. Concepto de prescripción

9.2. Consecuencias

**X. Disposiciones generales**

10.1. Prescripción de las acciones de los patrones

10.2. Prescripción de las acciones de los trabajadores

**XI. Derecho de seguridad social**

11.1. Definición

11.2. Principios

**XII. El derecho de la seguridad social y sus principios**

12.1. Fines de la seguridad social

12.2. Régimen de la seguridad social

**XIII. Introducción a la Seguridad Social en México**

13.1. Breve historia de la evolución

13.2. fundamento constitucional

**XIV. Ley del Seguro Social**

14.1. Antecedentes

14.2. Estructura Jurídica de la Seguridad Social en México, e Instituciones que dan seguridad social

**XV. Tipo de prestaciones y ramo de seguro**

15.1. Formas de aseguramiento

15.2. Sujetos de aseguramiento

**XVI. Naturaleza de la obligación obrero-patronal por aplicación de la ley del IMSS filiación y prescripción de filiación**

16.1. Integración funcionamiento de comisiones mixtas de seguridad e higiene

16.2. Derecho y Obligaciones

16.3. Afiliación forma y reglamentación

16.4. Integración del salario

16.5. Acceso de inscripción del trabajador y del patrón al IMSS

16.6. Prescripción de afiliación

**XVII. Determinación y Ajustes de las Cuotas Obreros Patronales.**

17.1. Bases de cotización y aplicables a los distintos ramos

17.2. Ajustes según ausentismo incapacidades, modificaciones salariales altos y bajos

17.3. Relación de la liquidación del Seguro

17.4. Relación de la liquidación del Seguro Social

17.5. Régimen Obligatorio y Voluntario; seguro facultativo y adicional

### **XVIII. Sistema de ahorro para el retiro**

18.1. Beneficios

18.2. Propósitos

### **XIX. Ley del ISSSTE**

19.1. Fundamento

19.2. Análisis

### **XX. Ley del Instituto de Seguridad Social para las Fuerzas Armadas de México (ISSFAM)**

20.1. Fundamento

20.2. Análisis

#### **Criterios de evaluación:**

1) Evaluaciones parciales	40%
2) Tareas y participación	30%
3) Evaluación final	30%
	100%

#### **Estrategias de enseñanza:**

Con docente:

- Clase expositiva y demostrativa
- Exposición de investigaciones y experiencias
- Dinámicas grupales

De estudio independiente:

- Realizar investigaciones
- Análisis de casos, ensayos
- Lecturas recomendadas

#### **Instalaciones y equipo especial:**

- Aula
- Proyector

### **Recursos y tecnologías de la información:**

- Cañón.
- Internet.

### **Perfil Idóneo del docente:**

- a. Nivel Educativo: Licenciatura
- b. Área de conocimiento: Administración, Ciencias Sociales y Derecho.
- c. Campo laboral y profesional: Experiencia mínima de un año en el campo del derecho.
- d. Experiencia docente: 2 años a nivel Licenciatura.

### **Orientaciones bibliográficas:**

- Ley Federal del Trabajo 2021.
- Ley del Seguro Social. (2021).
- Ley del I.S.S.S.T.E. (2021).
- Buen, N. (2018) Derecho Procesal de trabajo II (20<sup>a</sup> edición). México: Ed. Porrúa.
- Dávalos, J. (2017). Derecho colectivo y procesal de trabajo (11<sup>a</sup> edición). México: Ed. Porrúa.



**UNIVERSIDAD  
MODÉLO  
VALLADOLID**

**Plan de Estudios:  
Licenciatura en Gestión de Negocios  
Programa de asignatura**

Asignatura: Optativa VIII: Legislación deportiva y ética en el deporte.

Semestre: Séptimo

Modalidad: Escolar (Presencial)

Clave de la asignatura: 0410702-7

Clave de la asignatura seriada: n

Duración total en horas:	112	Horas totales docente:	64	Horas totales de estudio independiente:	48	Créditos:	7
--------------------------	-----	------------------------	----	---	----	-----------	---

**Objetivo de la asignatura:**

Analizar la legislación de la cultura física y el deporte nacional e internacional; así como la estructura, dinámica del sistema nacional de cultura física-deportivo mexicano, su contexto mundial; y los aspectos éticos relevantes de la praxis deportiva.

**Contenido temático:**

**I. Conceptos básicos del derecho deportivo**

- 1.1 El deporte concepto, elementos y modalidades a la luz del derecho
- 1.2 Los orígenes del derecho deportivo y el derecho deportivo en México
- 1.3 Concepto y características del derecho deportivo
- 1.4 Conceptos y elementos del sistema deportivo y sistema deportivo mexicano, el registro nacional de cultura física y deporte

**II. Ámbito del derecho deportivo**

- 2.1 Concepto de derecho deportivo
- 2.2 Características del derecho deportivo
- 2.3 El derecho deportivo en México

**III. Constitución y deporte**

- 3.1 Facultad del congreso de la unión en materia del deporte
- 3.2 Tratados internacionales en relación al deporte
- 3.3 Ley general de cultura física y deporte y su reglamento
- 3.4 Estructura y finalidades de la ley general de cultura física y deporte

**IV. Programa nacional de cultura física y deporte**

- 4.1 Plan nacional de cultura física y deporte
- 4.2 Programa nacional de activación física
- 4.3 Otras disposiciones

**V. Estructura deportiva sector público.**

- 5.1 Sistema Nacional del Deporte (SINADE).
- 5.2 Comisión Nacional del Deporte (CONADE).
- 5.3 Consejo Nacional del Deporte Estudiantil (CONDE).
- 5.4 Órganos estatales.
- 5.5 Órganos municipales.

**VI. Estructura deportiva sector privado y social.**

- 6.1 Asociaciones deportivas nacionales.
- 6.2 Asociaciones deportivas estatales.
- 6.3 Deporte federado.
- 6.4 Deporte olímpico.

**VII. Sanciones y recursos de impugnación en materia deportiva.**

- 7.1 Justicia Deportiva.
- 7.2 Sanciones deportivas.
- 7.3 Recursos de impugnación de sanciones deportivas.

**VIII. Conceptos básicos en ética deportiva**

- 8.1 Principios de ética deportiva
- 8.2 El juego limpio

**IX. Ética aplicada al deporte**

- 9.1 No violencia en el deporte
- 9.2 Prevención de la violencia en espectáculos deportivos

**Criterios de evaluación:**

1) Evaluaciones parciales	40%
2) Tareas y participación	30%
3) Evaluación final	30%
	100%

**Estrategias de enseñanza:**

Con docente:

- Clase expositiva y demostrativa
- Exposición de investigaciones y experiencias
- Dinámicas grupales

De estudio independiente:

- Realizar investigaciones
- Análisis de casos, ensayos
- Lecturas recomendadas

**Instalaciones y equipo especial:**

- Aula
- Proyector

### **Recursos y tecnologías de la información:**

- Cañón.
- Internet.

### **Perfil Idóneo del docente:**

- a. Nivel Educativo: Licenciatura
- b. Área de conocimiento: Ciencias de la Salud.
- c. Campo laboral y profesional: Experiencia 1 año en el área de administración deportiva.
- d. Experiencia docente: 2 años a nivel Licenciatura.

### **Orientaciones bibliográficas:**

- Vargas, J. (2019) Educación Física: Adolescentes en acción. México. Editorial Preludio.
- García, M. (2017) Técnicos deportivos. México. Editorial Comares.



**Plan de Estudios:**  
**Licenciatura en Gestión de Negocios**  
**Programa de asignatura**

**UNIVERSIDAD  
MODELO  
VALLADOLID**

Asignatura: Optativa VIII: Programación de videojuegos.

Semestre: Séptimo

Modalidad: Escolar (Presencial)

Clave de la asignatura:0410702-8

Clave de la asignatura seriada: n

Duración total en horas:	112	Horas totales docente:	64	Horas totales de estudio independiente:	48	Créditos:	7
--------------------------	-----	------------------------	----	---	----	-----------	---

**Objetivo de la asignatura:**

Identificar las herramientas y los métodos necesarios para la elaboración profesional de videojuegos desde el ámbito del diseño, programación y gestión de proyectos.

**Contenido temático:**

**I. Introducción al desarrollo de videojuegos**

- 1.1Mecanismos
- 1.2Mecánicas
- 1.3Interfaces
- 1.4Herramientas profesionales: Unreal Ed

**II. Arquitectura de software**

- 2.1 Repaso de C++
- 2.2C++ a gran escala y técnicas avanzadas
- 2.3Arquitectura de videojuegos dirigida por datos
- 2.4Bucle principal
- 2.5Gestión de entidades
- 2.6La arquitectura de un juego completo

**III. Pipeline de contenidos**

- 3.1El pipeline de contenido gráfico: texturas, modelos y animaciones
- 3.2Programación en MAXScript para 3D Max
- 3.3Edición y manipulación de audio digital

**IV. Programación gráfica**

- 4.1Fundamentos y APIs Gráficas
- 4.2Framebuffer, transformaciones y proyecciones
- 4.3Illuminación, texturas y modelado
- 4.4Organización y ordenación espacial

- 4.5 El motor gráfico Ogre
- 4.6 El mundo de las consolas. Pipeline de contenidos
- 4.7 Efectos especiales
- 4.8 Hardware gráfico

**V. Programación de shaders: Cg, HLSL.**

- 5.1 Física aplicada al desarrollo de videojuegos
- 5.2 Uso y desarrollo de motores físicos
- 5.3 PhysX
- 5.4 Simulador de vuelo y simulador de coches
- 5.5 Ragdolls, telas y fluidos

**VI. Inteligencia artificial**

- 6.1 Introducción, tipos de juegos y arquitectura
- 6.2 Representación del entorno y A\*
- 6.3 Programación del comportamiento: FSM, BTs, Reglas
- 6.4 Percepción
- 6.5 Sistemas basados en localización
- 6.6 Aprendizaje automático, algoritmos genéticos, redes neuronales y bayesianas, lógica difusa, CBR.

**VII. Técnicas de programación**

- 7.1 Dispositivos de entrada/salida: teclado y ratón, pad, WiiMote, PS Move y Kinect
- 7.2 Ejecución de juegos bajo Windows: carga de recursos, autorun, distintas instancias, rendimiento, new y delete, depuración
- 7.3 Justificación, tipos y características de los lenguajes de script. LUA
- 7.4 Inteligencia artificial en LUA
- 7.5 Audio orientado a videojuegos 3D
- 7.6 Librerías de renderizado de audio: OpenAL y FMOD

**VIII. Plataformas de desarrollo**

- 8.1 Diseño de juegos multi-plataforma
- 8.2 Prototipado rápido de juegos
- 8.3 Desarrollo de videojuegos en 2D utilizando Flash
- 8.4 Desarrollo de videojuegos en 3D utilizando Unity
- 8.5 Diseño de videojuegos en 3D utilizando editores de mapas y herramientas específicas
- 8.6 Desarrollo de videojuegos en dispositivos móviles: iOS y Android

**IX. Producción de videojuegos**

- 9.1 La producción de videojuegos, metodologías ágiles
- 9.2 El videojuego como producto
- 9.3 Modelos de negocio en la industria del videojuego
- 9.4 Emprendimiento: fundar una empresa de videojuegos

1) Evaluaciones parciales	40%
2) Tareas y participación	30%
3) Evaluación final	30%
	100%

### **Estrategias de enseñanza:**

Con docente:

- Clase expositiva y demostrativa
- Exposición de investigaciones y experiencias
- Dinámicas grupales

De estudio independiente:

- Realizar investigaciones
- Análisis de casos, ensayos
- Lecturas recomendadas

### **Instalaciones y equipo especial:**

- Aula
- Proyector

### **Recursos y tecnologías de la información:**

- Cañón.
- Internet.

### **Perfil Idóneo del docente:**

- a. Nivel Educativo: Ingeniería.
- b. Área de conocimiento: Ingeniería, Ciencias exactas y TIC
- c. Campo laboral y profesional: Experiencia en gerencia o dirección en áreas de informática, programación móvil y programación de videojuegos.
- d. Experiencia docente: 2 años a nivel Licenciatura.

### **Orientaciones bibliográficas:**

- Cane, A. (2019), Programación para Principiantes: Guía comprensiva para principiantes Aprenda a programar paso a paso de la A a la Z, E.U.A. Independently Published
- Redondo, D. (2021), Curso de programación. Videojuegos. España: Ed. Anaya multimedia.



**UNIVERSIDAD  
MODELO  
VALLADOLID**

**Plan de Estudios:  
Licenciatura en Gestión de Negocios  
Programa de asignatura**

Asignatura: Optativa VIII: Diversidad y equidad

Semestre: Séptimo

Modalidad: Escolar (Presencial)

Clave de la asignatura: 0410702-9

Clave de la asignatura seriada: n

Duración total en horas:	112	Horas totales docente:	64	Horas totales de estudio independiente:	48	Créditos	7
--------------------------	-----	------------------------	----	---	----	----------	---

**Objetivo de la asignatura:**

Comprender las causas y consecuencias de diversas formas de discriminación, a fin de analizar las políticas de inclusión y cohesión social desde una perspectiva de derechos humanos, como base para la planeación social participativa e inclusiva, centrada en las necesidades de las personas.

**Contenido temático:**

**I. Conceptos clave**

- 1.1. Universalidad y no discriminación en los derechos humanos
- 1.2. Interseccionalidad
- 1.3. Dimensiones estructurales de la vulnerabilidad
- 1.4. Autodeterminación
- 1.5. Pluralidad y multiculturalidad
- 1.6. Cohesión social

**II. Grupos en situación de vulnerabilidad**

- 2.1. Discriminación racial
- 2.2. Migrantes
- 2.3. Grupos indígenas y minorías lingüísticas
- 2.4. Personas con discapacidad
- 2.5. Orientación sexual e identidad de género
- 2.6. Jóvenes y personas adultas mayores

**III. Políticas inclusivas y respetuosas de la diversidad**

- 3.1. Protección social, integración y planeación inclusiva
- 3.2. Participación política, socioeconómica y cultural
- 3.3. Representación política y social
  - 1. Inversión para la equidad y presupuestos inclusivos

### Criterios de evaluación:

1) Evaluaciones parciales	40%
2) Tareas y participación	30%
3) Evaluación final	30%
	100%

### Estrategias de enseñanza:

Con docente:

- Clase expositiva y demostrativa
- Exposición de investigaciones y experiencias
- Dinámicas grupales

De estudio independiente:

- Realizar investigaciones
- Análisis de casos, ensayos
- Lecturas recomendadas

### Instalaciones y equipo especial:

- Aula

### Recursos y tecnologías de la información:

- Cañón
- Computadora
- Internet

### Perfil Idóneo del docente:

- a. Nivel Educativo: Licenciatura
- b. Área de conocimiento: Ciencias sociales, administración y derecho
- c. Campo laboral y profesional: 2 años de experiencia profesional en el sector público, privado o no lucrativo vinculada con proyectos de grupos vulnerables y desarrollo social en México.
- d. Experiencia docente: 2 años en licenciatura

### Orientaciones bibliográficas:

- Comité sobre los Derechos de las Personas con Discapacidad (2018). Observación general núm. 6 “La igualdad y la no discriminación.”
- OCDE (2018). Enhancing Social Inclusion in Latin America. Key issues and the role of social protection systems.



**UNIVERSIDAD  
MODELO  
VALLADOLID**

**Plan de Estudios:  
Licenciatura en Gestión de Negocios  
Programa de asignatura**

Asignatura: Optativa VIII: Transporte y distribución.

Semestre: Séptimo

Modalidad: Escolar (Presencial)

Clave de la asignatura: 0410702-10

Clave de la asignatura seriada: n

Duración total en horas:	112	Horas totales docente:	64	Horas totales de estudio independiente:	48	Créditos:	7
--------------------------	-----	------------------------	----	---	----	-----------	---

**Objetivo de la asignatura:**

Reconocer las principales características sustantivas de la cultura turística que debe tener en cuenta una comunidad receptora de turismo, así como la información a manejar, con la finalidad de que se formen su propio criterio y puedan aplicarlo en proyectos de desarrollo turístico.

**Contenido temático:**

- I. Cultura**
  - 1.1. Elementos de la Cultura
  - 1.2. Importancia de la cultura
- II. Turismo**
  - 2.1. Tipos de turismo
  - 2.2. Efectos Culturales del turismo
- III. Protección y Valoración de tradiciones y costumbres**
  - 3.1 Costumbres ancestrales de protección al medio ambiente
  - 3.2 Los pueblos indígenas, su cultura, tradiciones y costumbres
- IV. Cultura turística**
  - 4.1. Turismo como prioridad nacional
  - 4.2. Los ejes rectores del turismo como prioridad nacional
- V. Origen de la cultura turística**
  - 5.1 Países pioneros
  - 5.2 Primeros estudios acerca de cultura turística.
- VI. Objetivo de la Cultura Turística**
  - 6.1 La competitividad del sector turismo
  - 6.2 Generar la investigación, el desarrollo tecnológico, la innovación y el análisis científico.
- VII. Cultura Turística y Desarrollo Sustentable**

7.1 Reflexiones del vínculo del turismo cultural con los valores del desarrollo sustentable

7.2 La cultura turística como una alternativa más para el desarrollo sostenible

**VIII. Turista**

8.1 Definición

8.2 Tipos de turista

**IX. Motivación de los turistas por la Comunidad**

9.1 Estudio psicológico de las motivaciones del turista.

9.2 Necesidades del turista de la comunidad.

**X. Promoción Turística**

10.1 La promoción turística como herramienta de información.

10.2 Vía de comunicación entre la empresa y el cliente.

**XI. Encuentro turista-comunidad (Anfitrión)**

11.1 Influencias positivas y negativas a la comunidad

11.2 Respeto a la comunidad receptora.

**XII. Rol de la comunidad receptora de la actividad turística**

12.1 Anfitriona

12.2 Cultura de servicio al cliente.

**XIII. Calidad de vida en la comunidad**

13.1 El turismo principal generador de divisas

13.2 Condiciones de calidad de vida en la comunidad receptora.

**XIV. Desarrollo Socioeconómico**

14.1 Beneficios económicos

14.2 Beneficios locales

**XV. Educación**

15.1 factores negativos que influyen en la educación de la comunidad receptora

15.2 Factores positivos que influyen en la educación de la comunidad receptora.

**XVI. Salud**

16.1 Factores de riesgo en la salud de la comunidad por la llegada de turistas.

16.2 Control de enfermedades por la llegada de turistas.

**XVII. Expectativas de vida**

17.1 Mejoras en la calidad de la vivencia del turista

17.2 Mejoras en la calidad de vida de la comunidad receptora

**XVIII. Competitividad turística**

18.1 Calidad en el Servicio

18.2 Profesionalismo

18.3 Capacitación

#### **Criterios de evaluación:**

1) Evaluaciones parciales	40%
2) Tareas y participación	30%
3) Evaluación final	30%
	100%

#### **Estrategias de enseñanza:**

Con docente:

- Clase expositiva y demostrativa
- Exposición de investigaciones y experiencias
- Dinámicas grupales

De estudio independiente:

- Realizar investigaciones
- Análisis de casos, ensayos
- Lecturas recomendadas

#### **Instalaciones y equipo especial:**

- Aula
- Proyector

#### **Recursos y tecnologías de la información:**

- Cañón.
- Internet.

#### **Perfil Idóneo del docente:**

- a. Nivel Educativo: Licenciatura.
- b. Área de conocimiento: Administración, Ciencias Sociales y Derecho.
- c. Campo laboral y profesional: Administración de empresas turísticas mínimo 1 año.
- d. Experiencia docente: 2 años a nivel Licenciatura.

#### **Orientaciones bibliográficas:**

- Garrido, S. (2018). Diseño de productos turísticos. España. Ediciones Paraninfo.
- Cabanilla, E. (2020). Turismo y desarrollo rural. Realidades diversas y propuestas sostenibles desde América latina. Ecuador. Ediciones Uleam.



**UNIVERSIDAD  
MODELO  
VALLADOLID**

**Plan de Estudios:  
Licenciatura en Gestión de Negocios  
Programa de asignatura**

Asignatura: Optativa VIII: Valuación de los estados financieros.

Semestre: Séptimo

Modalidad: Escolar (Presencial)

Clave de la asignatura: 0410702-1

Clave de la asignatura seriada: n

Duración total en horas:	112	Horas totales docente:	64	Horas totales de estudio independiente:	48	Créditos:	7
--------------------------	-----	------------------------	----	---	----	-----------	---

**Objetivo de la asignatura:**

Aplicar las herramientas para la valuación de los principales valores financieros que cotizan en los mercados financieros mexicanos.

**Contenido temático:**

- I. Instrumentos de renta fija**
  - 1.1 Análisis de rendimiento
  - 1.2 Análisis de precios
- II. Curva de rendimiento**
  - 2.1 Estructura de tasas de interés
  - 2.2 Tasas forward
- III. Análisis de riesgo**
  - 3.1 Volatilidad
  - 3.2 Crédito
  - 3.3 Reinversión
  - 3.4 Operacional
  - 3.5 Recompra
  - 3.6 Instrumentos de Deuda
  - 3.7 Gubernamentales
  - 3.8 Privados
  - 3.9 Bancarios
- IV. Mercado de Capitales**
  - 4.1 Obligaciones
  - 4.2 Acciones
  - 4.3 CPOS
- V. Mercado de Derivados**

5.1 Opciones

5.2 Warrants (valor corporativo parecido a una opción de compra)

5.3 Futuros

5.4 Forwards (compra/venta a plazo)

5.5 Mercado Cambiario

5.6 Tipo de cambio valor hoy

5.7 Tipo de cambio valor mañana

5.8 Tipo de cambio valor spot

5.9 Sociedades de Inversión

5.10SRV

5.11 SRF

5.12 SIOLES

**VI. Métodos de valuación de empresas**

6.1 La razón precio/utilidad

6.2 Valuación por múltiplos

**VII. Modelo de precios de activo de capital**

7.1 Cálculo

7.2 Toma de decisiones en base al modelo CAPM

**Criterios de evaluación:**

1) Evaluaciones parciales	40%
2) Tareas y participación	30%
3) Evaluación final	30%
	100%

**Estrategias de enseñanza:**

Con docente:

- Clase expositiva y demostrativa
- Exposición de investigaciones y experiencias
- Dinámicas grupales

De estudio independiente:

- Realizar investigaciones
- Análisis de casos, ensayos
- Lecturas recomendadas

**Instalaciones y equipo especial:**

- Aula
- Proyector

**Recursos y tecnologías de la información:**

- Cañón.
- Internet.

**Perfil Idóneo del docente:**

- a. Nivel Educativo: Licenciatura.
- b. Área de conocimiento: Administración, Ciencias Sociales y Derecho.
- c. Campo laboral y profesional: Contabilidad, Auditoria y Finanzas mínimo 1 año.
- d. Experiencia docente: 2 años a nivel Licenciatura.

**Orientaciones bibliográficas:**

- Román, J. (2018). Estados financieros básicos 2018: proceso de elaboración y reexpresión México: Ed. ISEF.
- Ponce, O., Morejón, M., Salazar, G. y Baque, E. (2019). Introducción a las finanzas. México. 3 ciencias
- Normas de Información Financiera. (2018). México: Instituto Mexicano de Contadores Públicos



**Plan de Estudios:**  
**Licenciatura en Gestión de Negocios**  
**Programa de asignatura**

Asignatura: Optativa VIII: Producción y post producción televisiva.

Semestre: Séptimo

Modalidad: Escolar (Presencial)

Clave de la asignatura: 0410702-2

Clave de la asignatura seriada: n

Duración total en horas:	112	Horas totales docente:	64	Horas totales de estudio independiente:	48	Créditos:	7
--------------------------	-----	------------------------	----	---	----	-----------	---

**Objetivo de la asignatura:**

Aplicar en las producciones televisivas en estudio y en locaciones los conocimientos teóricos y prácticos.

**Contenido temático:**

- I. Las ediciones lineal y no lineal.**
  - 1.1. Procesos analógico y digital.
  - 1.2. El entorno digital y su complejidad.
- II. La captura y el corte.**
  - 2.1. Efectos de transición básicos.
  - 2.2. El titulaje y la incrustación en el video.
- III. Creación del video terminado o render.**
  - 3.1. Tipos de archivos y sus características.
  - 3.2. La presentación.
- IV. Los guiones literarios y técnicos.**
  - 4.1. Diferentes tipos de guión.
  - 4.2. Estilos de guión.
- V. El break de grabación y producción.**
  - 5.1. La hoja de llamados.
  - 5.2. Imágenes del scouting.
  - 5.3. El seguimiento del back stage.
- VI. El Story board y break de edición.**
  - 6.1. Funciones y características del story board.
  - 6.2. Funciones y características del break de edición.
  - 6.3. La hoja de calificación.
- VII. El staff de producción.**
  - 7.1. Roles y responsabilidades.

- 7.2. La labor del productor.
- 7.3. Trabajo en equipo.

### **VIII. La importancia del personal del master.**

- 8.1 Operadores del master de televisión.
- 8.2 El switcher de video.

### **IX. La realización.**

- 9.1. Técnicas escenográficas.
- 9.2. La iluminación.
- 9.3. La ambientación

### **X. La grabación en locaciones.**

- 10.1. Equipos y procesos.
- 10.2. La realización de proyectos.

#### **Criterios de evaluación:**

1) Evaluaciones parciales	40%
2) Tareas y participación	30%
3) Evaluación final	30%
	100%

#### **Estrategias de enseñanza:**

Con docente:

- Clase expositiva y demostrativa
- Exposición de investigaciones y experiencias
- Dinámicas grupales

De estudio independiente:

- Realizar investigaciones
- Análisis de casos, ensayos
- Lecturas recomendadas

#### **Instalaciones y equipo especial:**

- Aula
- Proyector

#### **Recursos y tecnologías de la información:**

- Cañón.
- Internet.

**Perfil Idóneo del docente:**

- a. Nivel Educativo: Licenciatura.
- b. Área de conocimiento: Administración, Ciencias Sociales y Derecho.
- c. Campo laboral y profesional: Experiencia en producción televisiva mínima 1 año.
- d. Experiencia docente: 2 años a nivel Licenciatura.

**Orientaciones bibliográficas:**

- Ortiz, M. (2018) Producción y realización en medios audiovisuales. España: Ed. Rua Universidad de Alicante
- Frías, I. (2021). La revolución de Netflix en el cine y la televisión. Peru: Fondo editorial comunicación, Universidad de Lima.



**UNIVERSIDAD  
MODELO  
VALLADOLID**

**Plan de Estudios:  
Licenciatura en Gestión de Negocios  
Programa de asignatura**

Asignatura: Optativa VIII: Cultura turística en la comunidad.

Semestre: Séptimo

Modalidad: Escolar (Presencial)

Clave de la asignatura: 0410702-3

Clave de la asignatura seriada: n

Duración total en horas:	112	Horas totales docente:	64	Horas totales de estudio independiente:	48	Créditos:	7
--------------------------	-----	------------------------	----	---	----	-----------	---

**Objetivo de la asignatura:**

Reconocer las principales características sustantivas de la cultura turística que debe tener en cuenta una comunidad receptora de turismo, así como la información a manejar, con la finalidad de que se formen su propio criterio y puedan aplicarlo en proyectos de desarrollo turístico.

**Contenido temático:**

- I. Cultura**
  - 1.1. Elementos de la Cultura
  - 1.2. Importancia de la cultura
- II. Turismo**
  - 2.1. Tipos de turismo
  - 2.2. Efectos Culturales del turismo
- III. Protección y Valoración de tradiciones y costumbres**
  - 3.1 Costumbres ancestrales de protección al medio ambiente
  - 3.2 Los pueblos indígenas, su cultura, tradiciones y costumbres
- IV. Cultura turística**
  - 4.1. Turismo como prioridad nacional
  - 4.2. Los ejes rectores del turismo como prioridad nacional
- V. Origen de la cultura turística**
  - 5.1 Países pioneros
  - 5.2 Primeros estudios acerca de cultura turística.
- VI. Objetivo de la Cultura Turística**
  - 6.1 La competitividad del sector turismo
  - 6.2 Generar la investigación, el desarrollo tecnológico, la innovación y el análisis científico.
- VII. Cultura Turística y Desarrollo Sustentable**

7.1 Reflexiones del vínculo del turismo cultural con los valores del desarrollo sustentable

7.2 La cultura turística como una alternativa más para el desarrollo sostenible

**VIII. Turista**

8.1 Definición

8.2 Tipos de turista

**IX. Motivación de los turistas por la Comunidad**

9.1 Estudio psicológico de las motivaciones del turista.

9.2 Necesidades del turista de la comunidad.

**X. Promoción Turística**

10.1 La promoción turística como herramienta de información.

10.2 Vía de comunicación entre la empresa y el cliente.

**XI. Encuentro turista-comunidad (Anfitrión)**

11.1 Influencias positivas y negativas a la comunidad

11.2 Respeto a la comunidad receptora.

**XII. Rol de la comunidad receptora de la actividad turística**

12.1 Anfitriona

12.2 Cultura de servicio al cliente.

**XIII. Calidad de vida en la comunidad**

13.1 El turismo principal generador de divisas

13.2 Condiciones de calidad de vida en la comunidad receptora.

**XIV. Desarrollo Socioeconómico**

14.1 Beneficios económicos

14.2 Beneficios locales

**XV. Educación**

15.1 factores negativos que influyen en la educación de la comunidad receptora

15.2 Factores positivos que influyen en la educación de la comunidad receptora.

**XVI. Salud**

16.1 Factores de riesgo en la salud de la comunidad por la llegada de turistas.

16.2 Control de enfermedades por la llegada de turistas.

**XVII. Expectativas de vida**

17.1 Mejoras en la calidad de la vivencia del turista

17.2 Mejoras en la calidad de vida de la comunidad receptora

**XVIII. Competitividad turística**

18.1 Calidad en el Servicio

18.2 Profesionalismo

18.3 Capacitación

#### **Criterios de evaluación:**

1) Evaluaciones parciales	40%
2) Tareas y participación	30%
3) Evaluación final	30%
	100%

#### **Estrategias de enseñanza:**

Con docente:

- Clase expositiva y demostrativa
- Exposición de investigaciones y experiencias
- Dinámicas grupales

De estudio independiente:

- Realizar investigaciones
- Análisis de casos, ensayos
- Lecturas recomendadas

#### **Instalaciones y equipo especial:**

- Aula
- Proyector

#### **Recursos y tecnologías de la información:**

- Cañón.
- Internet.

#### **Perfil Idóneo del docente:**

- a. Nivel Educativo: Licenciatura.
- b. Área de conocimiento: Administración, Ciencias Sociales y Derecho.
- c. Campo laboral y profesional: Administración de empresas turísticas mínimo 1 año.
- d. Experiencia docente: 2 años a nivel Licenciatura.

#### **Orientaciones bibliográficas:**

- Garrido, S. (2018). Diseño de productos turísticos. España. Ediciones Paraninfo.
- Cabanilla, E. (2020). Turismo y desarrollo rural. Realidades diversas y propuestas sostenibles desde América latina. Ecuador. Ediciones Uleam.



**UNIVERSIDAD  
MODELO  
VALLADOLID**

**Plan de Estudios:  
Licenciatura en Gestión de Negocios  
Programa de asignatura**

Asignatura: Optativa VIII: Seguridad de las tecnologías de la información.

Semestre: Séptimo

Modalidad: Escolar (Presencial)

Clave de la asignatura:0410702-4

Clave de la asignatura seriada: n

Duración total en horas:	112	Horas totales docente:	64	Horas totales de estudio independiente:	48	Créditos:	7
--------------------------	-----	------------------------	----	---	----	-----------	---

**Objetivo de la asignatura:**

Gestionar la seguridad en tecnologías de la información, a través de las aplicaciones de seguridad informática.

**Contenido temático:**

**I. Planeación de seguridad en redes.**

- 1.1. Planeación de seguridad en redes
- 1.2. Política de seguridad el sitio
- 1.3. Planteamiento de la política de seguridad
- 1.4. Cómo asegurar la responsabilidad hacia la política de seguridad
- 1.5. Análisis de riesgo
- 1.6. Identificación de recursos
- 1.7. Identificación de las amenazas
- 1.8. Definición del acceso no autorizado
- 1.9. Riesgo de revelación de información
- 1.10. Negación del servicio

**II. Uso y responsabilidades de la red.**

- 2.1. Uso y responsabilidades de la red
- 2.2. Identificación de quien está autorizado para usar los recursos de la red
- 2.3. Identificación del uso adecuado de los recursos
- 2.4. Quién está autorizado para conceder acceso y aprobar el uso
- 2.5. Cómo diseñar una política de red
- 2.6. Determinación de las responsabilidades del usuario
- 2.7. Determinación de las responsabilidades del administrador de sistemas
- 2.8. Qué hacer con la información delicada

**III. Políticas de seguridad.**

- 3.1 Plan de acción cuando se viole la política de seguridad
- 3.1. Respuesta a las violaciones de la política

- 3.2. Respuesta a las violaciones de la política por usuarios locales
- 3.3. Estrategias de respuesta
- 3.4. Definición de responsabilidades para ser buen ciudadano de internet
- 3.5. Contactos y responsabilidades con organizaciones externas
- 3.6. Interpretación y publicación de la política de seguridad
- 3.7. Identificación y prevención de problemas de seguridad
- 3.8. Confidencialidad
- 3.9. Implementación de controles costeados para la política
- 3.10. Procedimientos de reporte
- 3.11. Procedimientos de recuperación
- 3.12. Procedimiento de reporte de problemas para los administradores del sistema

#### **IV. Auditoria de sistemas.**

- 4.1. Auditoria de Sistemas
- 4.2. Planeación de la Auditoría en Informática
- 4.3. Evaluación de Sistemas
- 4.4. Evaluación del Análisis
- 4.5. Evaluación del Diseño Lógico del Sistema
- 4.6. Evaluación del Desarrollo del Sistema
- 4.7. Control de Proyectos
- 4.8. Control de Diseño de Sistemas y Programación
- 4.9. Instructivos de Operación
- 4.10. Forma de Implementación
- 4.11. Entrevista a Usuarios
- 4.12. Controles

#### **V. Seguridad en centros de cómputo.**

- 5.1. Orden en el Centro de Cómputo
- 5.2. Evaluación de la Configuración del Sistema de Cómputo
- 5.3. Seguridad Lógica y Confidencial
- 5.4. Seguridad Física
- 5.5. Seguridad en la Utilización del Equipo
- 5.6. Seguridad al Restaurar el Equipo
- 5.7. Procedimientos de Respaldo en Caso de Desastre

#### **VI. Seguridad de Base de Datos**

- 6.1. Privilegios con SQL.
- 6.2. Control de acceso discrecional
- 6.3. Control de acceso Mandatorio

#### **Criterios de evaluación:**

1) Evaluaciones parciales	40%
2) Tareas y participación	30%
3) Evaluación final	30%
	100%

#### **Estrategias de enseñanza:**

Con docente:

- Clase expositiva y demostrativa
- Exposición de investigaciones y experiencias
- Dinámicas grupales

De estudio independiente:

- Realizar investigaciones
- Análisis de casos, ensayos
- Lecturas recomendadas

#### **Instalaciones y equipo especial:**

- Aula
- Proyector

#### **Recursos y tecnologías de la información:**

- Cañón.
- Internet.

#### **Perfil Idóneo del docente:**

- a. Nivel Educativo: Licenciatura
- b. Área de conocimiento: Ingeniería, Ciencias exactas y TIC.
- c. Campo laboral y profesional: Experiencia mínima de un año, a nivel gerencia o dirección en áreas de informática, seguridad informática, sistemas de información o en área relacionada o poseer diploma de especialidad.
- d. Experiencia docente: 2 años a nivel Licenciatura.

#### **Orientaciones bibliográficas:**

- Martínez, X. (2019). Diseño de páginas worldpress para todos los públicos. España: Ed. UOC.
- Gutiérrez, D. (2017). Comercio electrónico: creación y protección de un sitio web. Colombia: Ed. UNAULA.
- Velázquez, I. (2019). Creación de sitios web. Argentina: Ed. SixEdiciones.



**Plan de Estudios:**  
**Licenciatura en Gestión de Negocios**  
**Programa de asignatura**

Asignatura: Optativa VIII: Diseño publicitario y medios de comunicación

Semestre: Séptimo

Modalidad: Escolar (Presencial)

Clave de la asignatura: 0410702-5

Clave de la asignatura seriada: n

Duración total en horas:	112	Horas totales docente:	64	Horas totales de estudio independiente:	48	Créditos:	7
--------------------------	-----	------------------------	----	---	----	-----------	---

**Objetivo de la asignatura:**

Valorar el papel del diseño publicitario y los medios de comunicación como estrategias fundamentales de la mercadotecnia en las organizaciones, tanto en el área del mercado nacional como global, así como desarrollar un plan de medios específico.

**Contenido temático:**

- I. Segmentación de mercados y su relación con los medios publicitarios.**
  - 1.1. Segmentos de interés para la organización
  - 1.2. Características esenciales para persuadir
- II. Investigación de mercados para la elección de estrategias de medios publicitarios.**
  - 2.1. Alternativas de investigación
  - 2.2. Conceptos fundamentales para la obtención de datos estratégicos en la identificación de medios
- III. Psicología del consumidor para la elección de medios publicitarios**
  - 3.1. Descripción de las necesidades y personalidad del target
  - 3.2. Comportamiento en las compras
- IV. La influencia de los medios en el objetivo de ventas**
  - 4.1. Relación con las necesidades
  - 4.2. Animación o seducción
  - 4.3. Estacionalidad y promoción
- V. Periódicos**
  - 5.1. Características y reglamentaciones
  - 5.2. Cobertura e inserción en la logística
  - 5.3. Esquema de precios y justificación de la inversión

- VI. Revistas**
  - 6.1. Características y reglamentaciones
  - 6.2. Cobertura e inserción en la logística
  - 6.3. Esquema de precios y justificación de la inversión
- VII. Suplementos e insertos**
  - 7.1. Características y reglamentaciones
  - 7.2. Cobertura e inserción en la logística
  - 7.3. Esquema de precios y justificación de la inversión
- VIII. Espectaculares**
  - 8.1. Características y reglamentaciones
  - 8.2. Cobertura e impacto en consumidor objetivo
  - 8.3. Esquema de precios y justificación de la inversión
- IX. Posters publicitarios**
  - 9.1. Características y reglamentaciones
  - 9.2. Cobertura e impacto en consumidor objetivo
  - 9.3. Esquema de precios y justificación de la inversión
- X. Radio**
  - 10.1. Características y reglamentaciones
  - 10.2. Cobertura e impacto en consumidor objetivo
  - 10.3. Esquema de precios y justificación de la inversión
- XI. Televisión**
  - 11.1. Características y reglamentaciones
  - 11.2. Cobertura e impacto en consumidor objetivo
  - 11.3. Esquema de precios y justificación de la inversión
- XII. Cine**
  - 12.1. Características y reglamentaciones
  - 12.2. Cobertura e impacto en consumidor objetivo
  - 12.3. Esquema de precios y justificación de la inversión
- XIII. Internet. Publicidad electrónica o información en línea.**
  - 13.1. Características y reglamentaciones
  - 13.2. Cobertura e impacto en consumidor objetivo
  - 13.3. Esquema de precios y justificación de la inversión
- XIV. DVD**
  - 14.1. Características y reglamentaciones
  - 14.2. Cobertura e impacto en consumidor objetivo
  - 14.3. Esquema de precios y justificación de la inversión
- XV. Conceptos a considerar para medios publicitarios en el mercado global**
  - 15.1. Segmentación en mercado global
  - 15.2. Investigación de mercados a nivel global
  - 15.3. Psicología del consumidor global
- XVI. Formatos de comercialización y promoción internacional**
  - 16.1. Transportación intermodal
  - 16.2. Redes televisivas de compras desde el hogar
  - 16.3. Ferias Comerciales
  - 16.4. Redes sociales
- XVII. Complementación de medios nacionales e internacionales.**

- 17.1. Mezcla de medios para el logro de objetivos
- 17.2. Aprovechamiento de costo y cobertura

**XVIII. Estructura del Plan de Medios**

- 18.1. Conceptos básicos
- 18.2. Rating
- 18.3. Share

**XIX. Elección de Medios**

- 19.1. Criterios de elección:
- 19.2. Cualitativos
- 19.3. Cuantitativos
- 19.4. Estratégicos
- 19.5. Diseño de pautas
- 19.6. Patrones de calendarización
- 19.7. Continua
- 19.8. Pulsación
- 19.9. Intervalo
- 19.10. Concentrado

**XX. Reporte del Plan de Medios**

- 20.1. Redacción y justificación
- 20.2. Cronograma de aplicación.

**Criterios de evaluación:**

1) Evaluaciones parciales	40%
2) Tareas y participación	30%
3) Evaluación final	30%
	100%

**Estrategias de enseñanza:**

Con docente:

- Clase expositiva y demostrativa
- Exposición de investigaciones y experiencias
- Dinámicas grupales

De estudio independiente:

- Realizar investigaciones
- Análisis de casos, ensayos
- Lecturas recomendadas

**Instalaciones y equipo especial:**

- Aula
- Proyector

#### **Recursos y tecnologías de la información:**

- Internet
- Equipos de cómputo

#### **Perfil Idóneo del docente:**

- a. Nivel Educativo: Licenciado en Mercadotecnia, Licenciado en Administración, Licenciado en Comunicación o Carrera Afín.
- b. Área de conocimiento: Ciencias Sociales, Administración y Derecho
- c. Campo laboral y profesional: Experiencia mínima de un año, a nivel gerencia o dirección en áreas de mercadotecnia, publicidad, ventas o administrativas o en área relacionada o poseer diploma de especialidad.
- d. Experiencia docente: 2 años a nivel Licenciatura

#### **Orientaciones bibliográficas:**

- Martínez, X. (2019). Diseño de páginas worldpress para todos los públicos. España: Ed. UOC.
- Gutiérrez, D. (2017). Comercio electrónico: creación y protección de un sitio web. Colombia: Ed. UNAULA.
- Velázquez, I. (2019). Creación de sitios web. Argentina: Ed. SixEdiciones.



**UNIVERSIDAD  
MODELO  
VALLADOLID**

**Plan de Estudios:  
Licenciatura en Gestión de Negocios  
Programa de asignatura**

Asignatura: Optativa VIII: Derecho colectivo de trabajo y seguridad social.

Semestre: Séptimo

Modalidad: Escolar (Presencial)

Clave de la asignatura: 0410702-6

Clave de la asignatura seriada: n

Duración total en horas:	112	Horas totales docente:	64	Horas totales de estudio independiente:	48	Créditos:	7
--------------------------	-----	------------------------	----	---	----	-----------	---

**Objetivo de la asignatura:**

Analizar los conceptos fundamentales de relaciones colectivas de trabajo, relacionado a problemas concretos entre trabajadores y patrones.

**Contenido temático:**

**I. Relaciones colectivas de trabajo**

- 1.1. Concepto
- 1.2. Las coaliciones
- 1.3. Clasificación
- 1.4. Sindicatos, Federaciones y Confederaciones

**II. El contrato colectivo de trabajo**

- 2.1. Características
- 2.2. Contrato- Ley
- 2.3. Reglamento interior de trabajo

**III. Modificación colectiva de las condiciones de trabajo**

- 3.1. Facultados
- 3.2. Circunstancias

**IV. Suspensión colectiva de las relaciones de trabajo**

- 4.1. Causas
- 4.2. Consecuencias

**V. El derecho de huelga.**

- 5.1. Concepto
- 5.2. Huelga ilícita

**VI. Disposiciones generales.**

- 6.1. Objetivos

6.2. Procedimientos de huelga

**VII. Riesgo de trabajo**

7.1. Concepto

7.2. Riesgos que se pueden producir

7.3. Determinación del grado de riesgo de trabajo de las empresas

**VIII. Accidente de trabajo y enfermedad de trabajo**

8.1. Concepto

8.2. Diferencias

8.3. Indemnización

8.4. Derechos

**IX. La prescripción en materia de trabajo**

9.1. Concepto de prescripción

9.2. Consecuencias

**X. Disposiciones generales**

10.1. Prescripción de las acciones de los patrones

10.2. Prescripción de las acciones de los trabajadores

**XI. Derecho de seguridad social**

11.1. Definición

11.2. Principios

**XII. El derecho de la seguridad social y sus principios**

12.1. Fines de la seguridad social

12.2. Régimen de la seguridad social

**XIII. Introducción a la Seguridad Social en México**

13.1. Breve historia de la evolución

13.2. fundamento constitucional

**XIV. Ley del Seguro Social**

14.1. Antecedentes

14.2. Estructura Jurídica de la Seguridad Social en México, e Instituciones que dan seguridad social

**XV. Tipo de prestaciones y ramo de seguro**

15.1. Formas de aseguramiento

15.2. Sujetos de aseguramiento

**XVI. Naturaleza de la obligación obrero-patronal por aplicación de la ley del IMSS filiación y prescripción de filiación**

16.1. Integración funcionamiento de comisiones mixtas de seguridad e higiene

16.2. Derecho y Obligaciones

16.3. Afiliación forma y reglamentación

16.4. Integración del salario

16.5. Acceso de inscripción del trabajador y del patrón al IMSS

16.6. Prescripción de afiliación

**XVII. Determinación y Ajustes de las Cuotas Obreros Patronales.**

17.1. Bases de cotización y aplicables a los distintos ramos

17.2. Ajustes según ausentismo incapacidades, modificaciones salariales altos y bajos

17.3. Relación de la liquidación del Seguro

17.4. Relación de la liquidación del Seguro Social

17.5. Régimen Obligatorio y Voluntario; seguro facultativo y adicional

### **XVIII. Sistema de ahorro para el retiro**

18.1. Beneficios

18.2. Propósitos

### **XIX. Ley del ISSSTE**

19.1. Fundamento

19.2. Análisis

### **XX. Ley del Instituto de Seguridad Social para las Fuerzas Armadas de México (ISSFAM)**

20.1. Fundamento

20.2. Análisis

#### **Criterios de evaluación:**

1) Evaluaciones parciales	40%
2) Tareas y participación	30%
3) Evaluación final	30%
	100%

#### **Estrategias de enseñanza:**

Con docente:

- Clase expositiva y demostrativa
- Exposición de investigaciones y experiencias
- Dinámicas grupales

De estudio independiente:

- Realizar investigaciones
- Análisis de casos, ensayos
- Lecturas recomendadas

#### **Instalaciones y equipo especial:**

- Aula
- Proyector

### **Recursos y tecnologías de la información:**

- Cañón.
- Internet.

### **Perfil Idóneo del docente:**

- a. Nivel Educativo: Licenciatura
- b. Área de conocimiento: Administración, Ciencias Sociales y Derecho.
- c. Campo laboral y profesional: Experiencia mínima de un año en el campo del derecho.
- d. Experiencia docente: 2 años a nivel Licenciatura.

### **Orientaciones bibliográficas:**

- Ley Federal del Trabajo 2021.
- Ley del Seguro Social. (2021).
- Ley del I.S.S.S.T.E. (2021).
- Buen, N. (2018) Derecho Procesal de trabajo II (20<sup>a</sup> edición). México: Ed. Porrúa.
- Dávalos, J. (2017). Derecho colectivo y procesal de trabajo (11<sup>a</sup> edición). México: Ed. Porrúa.



**UNIVERSIDAD  
MODELO  
VALLADOLID**

**Plan de Estudios:  
Licenciatura en Gestión de Negocios  
Programa de asignatura**

Asignatura: Optativa VIII: Legislación deportiva y ética en el deporte.

Semestre: Séptimo

Modalidad: Escolar (Presencial)

Clave de la asignatura: 0410702-7

Clave de la asignatura seriada: n

Duración total en horas:	112	Horas totales docente:	64	Horas totales de estudio independiente:	48	Créditos:	7
--------------------------	-----	------------------------	----	---	----	-----------	---

**Objetivo de la asignatura:**

Analizar la legislación de la cultura física y el deporte nacional e internacional; así como la estructura, dinámica del sistema nacional de cultura física-deportivo mexicano, su contexto mundial; y los aspectos éticos relevantes de la praxis deportiva.

**Contenido temático:**

**I. Conceptos básicos del derecho deportivo**

- 1.1 El deporte concepto, elementos y modalidades a la luz del derecho
- 1.2 Los orígenes del derecho deportivo y el derecho deportivo en México
- 1.3 Concepto y características del derecho deportivo
- 1.4 Conceptos y elementos del sistema deportivo y sistema deportivo mexicano, el registro nacional de cultura física y deporte

**II. Ámbito del derecho deportivo**

- 2.1 Concepto de derecho deportivo
- 2.2 Características del derecho deportivo
- 2.3 El derecho deportivo en México

**III. Constitución y deporte**

- 3.1 Facultad del congreso de la unión en materia del deporte
- 3.2 Tratados internacionales en relación al deporte
- 3.3 Ley general de cultura física y deporte y su reglamento
- 3.4 Estructura y finalidades de la ley general de cultura física y deporte

**IV. Programa nacional de cultura física y deporte**

- 4.1 Plan nacional de cultura física y deporte
- 4.2 Programa nacional de activación física
- 4.3 Otras disposiciones

**V. Estructura deportiva sector público.**

- 5.1 Sistema Nacional del Deporte (SINADE).
- 5.2 Comisión Nacional del Deporte (CONADE).
- 5.3 Consejo Nacional del Deporte Estudiantil (CONDE).
- 5.4 Órganos estatales.
- 5.5 Órganos municipales.

**VI. Estructura deportiva sector privado y social.**

- 6.1 Asociaciones deportivas nacionales.
- 6.2 Asociaciones deportivas estatales.
- 6.3 Deporte federado.
- 6.4 Deporte olímpico.

**VII. Sanciones y recursos de impugnación en materia deportiva.**

- 7.1 Justicia Deportiva.
- 7.2 Sanciones deportivas.
- 7.3 Recursos de impugnación de sanciones deportivas.

**VIII. Conceptos básicos en ética deportiva**

- 8.1 Principios de ética deportiva
- 8.2 El juego limpio

**IX. Ética aplicada al deporte**

- 9.1 No violencia en el deporte
- 9.2 Prevención de la violencia en espectáculos deportivos

**Criterios de evaluación:**

1) Evaluaciones parciales	40%
2) Tareas y participación	30%
3) Evaluación final	30%
	100%

**Estrategias de enseñanza:**

Con docente:

- Clase expositiva y demostrativa
- Exposición de investigaciones y experiencias
- Dinámicas grupales

De estudio independiente:

- Realizar investigaciones
- Análisis de casos, ensayos
- Lecturas recomendadas

**Instalaciones y equipo especial:**

- Aula
- Proyector

**Recursos y tecnologías de la información:**

- Cañón.
- Internet.

**Perfil Idóneo del docente:**

- a. Nivel Educativo: Licenciatura
- b. Área de conocimiento: Ciencias de la Salud.
- c. Campo laboral y profesional: Experiencia 1 año en el área de administración deportiva.
- d. Experiencia docente: 2 años a nivel Licenciatura.

**Orientaciones bibliográficas:**

- Vargas, J. (2019) Educación Física: Adolescentes en acción. México. Editorial Preludio.
- García, M. (2017) Técnicos deportivos. México. Editorial Comares.



**Plan de Estudios:**  
**Licenciatura en Gestión de Negocios**  
**Programa de asignatura**

**UNIVERSIDAD  
MODELO  
VALLADOLID**

Asignatura: Optativa VIII: Programación de videojuegos.

Semestre: Séptimo

Modalidad: Escolar (Presencial)

Clave de la asignatura:0410702-8

Clave de la asignatura seriada: n

Duración total en horas:	112	Horas totales docente:	64	Horas totales de estudio independiente:	48	Créditos:	7
--------------------------	-----	------------------------	----	---	----	-----------	---

**Objetivo de la asignatura:**

Identificar las herramientas y los métodos necesarios para la elaboración profesional de videojuegos desde el ámbito del diseño, programación y gestión de proyectos.

**Contenido temático:**

**I. Introducción al desarrollo de videojuegos**

- 1.1Mecanismos
- 1.2Mecánicas
- 1.3Interfaces
- 1.4Herramientas profesionales: Unreal Ed

**II. Arquitectura de software**

- 2.1 Repaso de C++
- 2.2C++ a gran escala y técnicas avanzadas
- 2.3Arquitectura de videojuegos dirigida por datos
- 2.4Bucle principal
- 2.5Gestión de entidades
- 2.6La arquitectura de un juego completo

**III. Pipeline de contenidos**

- 3.1El pipeline de contenido gráfico: texturas, modelos y animaciones
- 3.2Programación en MAXScript para 3D Max
- 3.3Edición y manipulación de audio digital

**IV. Programación gráfica**

- 4.1Fundamentos y APIs Gráficas
- 4.2Framebuffer, transformaciones y proyecciones
- 4.3Illuminación, texturas y modelado
- 4.4Organización y ordenación espacial

- 4.5 El motor gráfico Ogre
- 4.6 El mundo de las consolas. Pipeline de contenidos
- 4.7 Efectos especiales
- 4.8 Hardware gráfico

**V. Programación de shaders: Cg, HLSL.**

- 5.1 Física aplicada al desarrollo de videojuegos
- 5.2 Uso y desarrollo de motores físicos
- 5.3 PhysX
- 5.4 Simulador de vuelo y simulador de coches
- 5.5 Ragdolls, telas y fluidos

**VI. Inteligencia artificial**

- 6.1 Introducción, tipos de juegos y arquitectura
- 6.2 Representación del entorno y A\*
- 6.3 Programación del comportamiento: FSM, BTs, Reglas
- 6.4 Percepción
- 6.5 Sistemas basados en localización
- 6.6 Aprendizaje automático, algoritmos genéticos, redes neuronales y bayesianas, lógica difusa, CBR.

**VII. Técnicas de programación**

- 7.1 Dispositivos de entrada/salida: teclado y ratón, pad, WiiMote, PS Move y Kinect
- 7.2 Ejecución de juegos bajo Windows: carga de recursos, autorun, distintas instancias, rendimiento, new y delete, depuración
- 7.3 Justificación, tipos y características de los lenguajes de script. LUA
- 7.4 Inteligencia artificial en LUA
- 7.5 Audio orientado a videojuegos 3D
- 7.6 Librerías de renderizado de audio: OpenAL y FMOD

**VIII. Plataformas de desarrollo**

- 8.1 Diseño de juegos multi-plataforma
- 8.2 Prototipado rápido de juegos
- 8.3 Desarrollo de videojuegos en 2D utilizando Flash
- 8.4 Desarrollo de videojuegos en 3D utilizando Unity
- 8.5 Diseño de videojuegos en 3D utilizando editores de mapas y herramientas específicas
- 8.6 Desarrollo de videojuegos en dispositivos móviles: iOS y Android

**IX. Producción de videojuegos**

- 9.1 La producción de videojuegos, metodologías ágiles
- 9.2 El videojuego como producto
- 9.3 Modelos de negocio en la industria del videojuego
- 9.4 Emprendimiento: fundar una empresa de videojuegos

1) Evaluaciones parciales	40%
2) Tareas y participación	30%
3) Evaluación final	30%
	100%

### **Estrategias de enseñanza:**

Con docente:

- Clase expositiva y demostrativa
- Exposición de investigaciones y experiencias
- Dinámicas grupales

De estudio independiente:

- Realizar investigaciones
- Análisis de casos, ensayos
- Lecturas recomendadas

### **Instalaciones y equipo especial:**

- Aula
- Proyector

### **Recursos y tecnologías de la información:**

- Cañón.
- Internet.

### **Perfil Idóneo del docente:**

- a. Nivel Educativo: Ingeniería.
- b. Área de conocimiento: Ingeniería, Ciencias exactas y TIC
- c. Campo laboral y profesional: Experiencia en gerencia o dirección en áreas de informática, programación móvil y programación de videojuegos.
- d. Experiencia docente: 2 años a nivel Licenciatura.

### **Orientaciones bibliográficas:**

- Cane, A. (2019), Programación para Principiantes: Guía comprensiva para principiantes Aprenda a programar paso a paso de la A a la Z, E.U.A. Independently Published
- Redondo, D. (2021), Curso de programación. Videojuegos. España: Ed. Anaya multimedia.



**UNIVERSIDAD  
MODELO  
VALLADOLID**

**Plan de Estudios:  
Licenciatura en Gestión de Negocios  
Programa de asignatura**

Asignatura: Optativa VIII: Diversidad y equidad

Semestre: Séptimo

Modalidad: Escolar (Presencial)

Clave de la asignatura: 0410702-9

Clave de la asignatura seriada: n

Duración total en horas:	112	Horas totales docente:	64	Horas totales de estudio independiente:	48	Créditos	7
--------------------------	-----	------------------------	----	---	----	----------	---

**Objetivo de la asignatura:**

Comprender las causas y consecuencias de diversas formas de discriminación, a fin de analizar las políticas de inclusión y cohesión social desde una perspectiva de derechos humanos, como base para la planeación social participativa e inclusiva, centrada en las necesidades de las personas.

**Contenido temático:**

**I. Conceptos clave**

- 1.1. Universalidad y no discriminación en los derechos humanos
- 1.2. Interseccionalidad
- 1.3. Dimensiones estructurales de la vulnerabilidad
- 1.4. Autodeterminación
- 1.5. Pluralidad y multiculturalidad
- 1.6. Cohesión social

**II. Grupos en situación de vulnerabilidad**

- 2.1. Discriminación racial
- 2.2. Migrantes
- 2.3. Grupos indígenas y minorías lingüísticas
- 2.4. Personas con discapacidad
- 2.5. Orientación sexual e identidad de género
- 2.6. Jóvenes y personas adultas mayores

**III. Políticas inclusivas y respetuosas de la diversidad**

- 3.1. Protección social, integración y planeación inclusiva
- 3.2. Participación política, socioeconómica y cultural
- 3.3. Representación política y social
  - 1. Inversión para la equidad y presupuestos inclusivos

### Criterios de evaluación:

1) Evaluaciones parciales	40%
2) Tareas y participación	30%
3) Evaluación final	30%
	100%

### Estrategias de enseñanza:

Con docente:

- Clase expositiva y demostrativa
- Exposición de investigaciones y experiencias
- Dinámicas grupales

De estudio independiente:

- Realizar investigaciones
- Análisis de casos, ensayos
- Lecturas recomendadas

### Instalaciones y equipo especial:

- Aula

### Recursos y tecnologías de la información:

- Cañón
- Computadora
- Internet

### Perfil Idóneo del docente:

- a. Nivel Educativo: Licenciatura
- b. Área de conocimiento: Ciencias sociales, administración y derecho
- c. Campo laboral y profesional: 2 años de experiencia profesional en el sector público, privado o no lucrativo vinculada con proyectos de grupos vulnerables y desarrollo social en México.
- d. Experiencia docente: 2 años en licenciatura

### Orientaciones bibliográficas:

- Comité sobre los Derechos de las Personas con Discapacidad (2018). Observación general núm. 6 “La igualdad y la no discriminación.”
- OCDE (2018). Enhancing Social Inclusion in Latin America. Key issues and the role of social protection systems.



**UNIVERSIDAD  
MODELO  
VALLADOLID**

**Plan de Estudios:  
Licenciatura en Gestión de Negocios  
Programa de asignatura**

Asignatura: Optativa VIII: Transporte y distribución.

Semestre: Séptimo

Modalidad: Escolar (Presencial)

Clave de la asignatura: 0410702-10

Clave de la asignatura seriada: n

Duración total en horas:	112	Horas totales docente:	64	Horas totales de estudio independiente:	48	Créditos:	7
--------------------------	-----	------------------------	----	---	----	-----------	---

**Objetivo de la asignatura:**

Reconocer las principales características sustantivas de la cultura turística que debe tener en cuenta una comunidad receptora de turismo, así como la información a manejar, con la finalidad de que se formen su propio criterio y puedan aplicarlo en proyectos de desarrollo turístico.

**Contenido temático:**

- I. Cultura**
  - 1.1. Elementos de la Cultura
  - 1.2. Importancia de la cultura
- II. Turismo**
  - 2.1. Tipos de turismo
  - 2.2. Efectos Culturales del turismo
- III. Protección y Valoración de tradiciones y costumbres**
  - 3.1 Costumbres ancestrales de protección al medio ambiente
  - 3.2 Los pueblos indígenas, su cultura, tradiciones y costumbres
- IV. Cultura turística**
  - 4.1. Turismo como prioridad nacional
  - 4.2. Los ejes rectores del turismo como prioridad nacional
- V. Origen de la cultura turística**
  - 5.1 Países pioneros
  - 5.2 Primeros estudios acerca de cultura turística.
- VI. Objetivo de la Cultura Turística**
  - 6.1 La competitividad del sector turismo
  - 6.2 Generar la investigación, el desarrollo tecnológico, la innovación y el análisis científico.
- VII. Cultura Turística y Desarrollo Sustentable**

7.1 Reflexiones del vínculo del turismo cultural con los valores del desarrollo sustentable

7.2 La cultura turística como una alternativa más para el desarrollo sostenible

**VIII. Turista**

8.1 Definición

8.2 Tipos de turista

**IX. Motivación de los turistas por la Comunidad**

9.1 Estudio psicológico de las motivaciones del turista.

9.2 Necesidades del turista de la comunidad.

**X. Promoción Turística**

10.1 La promoción turística como herramienta de información.

10.2 Vía de comunicación entre la empresa y el cliente.

**XI. Encuentro turista-comunidad (Anfitrión)**

11.1 Influencias positivas y negativas a la comunidad

11.2 Respeto a la comunidad receptora.

**XII. Rol de la comunidad receptora de la actividad turística**

12.1 Anfitriona

12.2 Cultura de servicio al cliente.

**XIII. Calidad de vida en la comunidad**

13.1 El turismo principal generador de divisas

13.2 Condiciones de calidad de vida en la comunidad receptora.

**XIV. Desarrollo Socioeconómico**

14.1 Beneficios económicos

14.2 Beneficios locales

**XV. Educación**

15.1 factores negativos que influyen en la educación de la comunidad receptora

15.2 Factores positivos que influyen en la educación de la comunidad receptora.

**XVI. Salud**

16.1 Factores de riesgo en la salud de la comunidad por la llegada de turistas.

16.2 Control de enfermedades por la llegada de turistas.

**XVII. Expectativas de vida**

17.1 Mejoras en la calidad de la vivencia del turista

17.2 Mejoras en la calidad de vida de la comunidad receptora

**XVIII. Competitividad turística**

18.1 Calidad en el Servicio

18.2 Profesionalismo

18.3 Capacitación

#### **Criterios de evaluación:**

1) Evaluaciones parciales	40%
2) Tareas y participación	30%
3) Evaluación final	30%
	100%

#### **Estrategias de enseñanza:**

Con docente:

- Clase expositiva y demostrativa
- Exposición de investigaciones y experiencias
- Dinámicas grupales

De estudio independiente:

- Realizar investigaciones
- Análisis de casos, ensayos
- Lecturas recomendadas

#### **Instalaciones y equipo especial:**

- Aula
- Proyector

#### **Recursos y tecnologías de la información:**

- Cañón.
- Internet.

#### **Perfil Idóneo del docente:**

- a. Nivel Educativo: Licenciatura.
- b. Área de conocimiento: Administración, Ciencias Sociales y Derecho.
- c. Campo laboral y profesional: Administración de empresas turísticas mínimo 1 año.
- d. Experiencia docente: 2 años a nivel Licenciatura.

#### **Orientaciones bibliográficas:**

- Garrido, S. (2018). Diseño de productos turísticos. España. Ediciones Paraninfo.
- Cabanilla, E. (2020). Turismo y desarrollo rural. Realidades diversas y propuestas sostenibles desde América latina. Ecuador. Ediciones Uleam.



**UNIVERSIDAD  
MODELO  
VALLADOLID**

**Plan de Estudios:  
Licenciatura en Gestión de Negocios  
Programa de asignatura**

Asignatura: Optativa IX: Valuación de los estados financieros.

Semestre: Séptimo

Modalidad: Escolar (Presencial)

Clave de la asignatura: 0410703-1

Clave de la asignatura seriada: n

Duración total en horas:	112	Horas totales docente:	64	Horas totales de estudio independiente:	48	Créditos:	7
--------------------------	-----	------------------------	----	---	----	-----------	---

**Objetivo de la asignatura:**

Aplicar las herramientas para la valuación de los principales valores financieros que cotizan en los mercados financieros mexicanos.

**Contenido temático:**

- I. Instrumentos de renta fija**
  - 1.1 Análisis de rendimiento
  - 1.2 Análisis de precios
- II. Curva de rendimiento**
  - 2.1 Estructura de tasas de interés
  - 2.2 Tasas forward
- III. Análisis de riesgo**
  - 3.1 Volatilidad
  - 3.2 Crédito
  - 3.3 Reinversión
  - 3.4 Operacional
  - 3.5 Recompra
  - 3.6 Instrumentos de Deuda
  - 3.7 Gubernamentales
  - 3.8 Privados
  - 3.9 Bancarios
- IV. Mercado de Capitales**
  - 4.1 Obligaciones
  - 4.2 Acciones
  - 4.3 CPOS
- V. Mercado de Derivados**

5.1 Opciones

5.2 Warrants (valor corporativo parecido a una opción de compra)

5.3 Futuros

5.4 Forwards (compra/venta a plazo)

5.5 Mercado Cambiario

5.6 Tipo de cambio valor hoy

5.7 Tipo de cambio valor mañana

5.8 Tipo de cambio valor spot

5.9 Sociedades de Inversión

5.10SRV

5.11 SRF

5.12 SIOLES

**VI. Métodos de valuación de empresas**

6.1 La razón precio/utilidad

6.2 Valuación por múltiplos

**VII. Modelo de precios de activo de capital**

7.1 Cálculo

7.2 Toma de decisiones en base al modelo CAPM

**Criterios de evaluación:**

1) Evaluaciones parciales	40%
2) Tareas y participación	30%
3) Evaluación final	30%
	100%

**Estrategias de enseñanza:**

Con docente:

- Clase expositiva y demostrativa
- Exposición de investigaciones y experiencias
- Dinámicas grupales

De estudio independiente:

- Realizar investigaciones
- Análisis de casos, ensayos
- Lecturas recomendadas

**Instalaciones y equipo especial:**

- Aula
- Proyector

**Recursos y tecnologías de la información:**

- Cañón.
- Internet.

**Perfil Idóneo del docente:**

- a. Nivel Educativo: Licenciatura.
- b. Área de conocimiento: Administración, Ciencias Sociales y Derecho.
- c. Campo laboral y profesional: Contabilidad, Auditoria y Finanzas mínimo 1 año.
- d. Experiencia docente: 2 años a nivel Licenciatura.

**Orientaciones bibliográficas:**

- Román, J. (2018). Estados financieros básicos 2018: proceso de elaboración y reexpresión México: Ed. ISEF.
- Ponce, O., Morejón, M., Salazar, G. y Baque, E. (2019). Introducción a las finanzas. México. 3 ciencias
- Normas de Información Financiera. (2018). México: Instituto Mexicano de Contadores Públicos



**Plan de Estudios:**  
**Licenciatura en Gestión de Negocios**  
**Programa de asignatura**

Asignatura: Optativa IX: Producción y post producción televisiva.  
Semestre: Séptimo  
Modalidad: Escolar (Presencial)  
Clave de la asignatura: 0410703-2  
Clave de la asignatura seriada: n

Duración total en horas:	112	Horas totales docente:	64	Horas totales de estudio independiente:	48	Créditos:	7
--------------------------	-----	------------------------	----	---	----	-----------	---

**Objetivo de la asignatura:**

Aplicar en las producciones televisivas en estudio y en locaciones los conocimientos teóricos y prácticos.

**Contenido temático:**

- I. Las ediciones lineal y no lineal.**
  - 1.1. Procesos analógico y digital.
  - 1.2. El entorno digital y su complejidad.
- II. La captura y el corte.**
  - 2.1. Efectos de transición básicos.
  - 2.2. El titulaje y la incrustación en el video.
- III. Creación del video terminado o render.**
  - 3.1. Tipos de archivos y sus características.
  - 3.2. La presentación.
- IV. Los guiones literarios y técnicos.**
  - 4.1. Diferentes tipos de guión.
  - 4.2. Estilos de guión.
- V. El break de grabación y producción.**
  - 5.1. La hoja de llamados.
  - 5.2. Imágenes del scouting.
  - 5.3. El seguimiento del back stage.
- VI. El Story board y break de edición.**
  - 6.1. Funciones y características del story board.
  - 6.2. Funciones y características del break de edición.
  - 6.3. La hoja de calificación.
- VII. El staff de producción.**
  - 7.1. Roles y responsabilidades.

- 7.2. La labor del productor.
- 7.3. Trabajo en equipo.

### **VIII. La importancia del personal del master.**

- 8.1 Operadores del master de televisión.
- 8.2 El switcher de video.

### **IX. La realización.**

- 9.1. Técnicas escenográficas.
- 9.2. La iluminación.
- 9.3. La ambientación

### **X. La grabación en locaciones.**

- 10.1. Equipos y procesos.
- 10.2. La realización de proyectos.

#### **Criterios de evaluación:**

1) Evaluaciones parciales	40%
2) Tareas y participación	30%
3) Evaluación final	30%
	100%

#### **Estrategias de enseñanza:**

Con docente:

- Clase expositiva y demostrativa
- Exposición de investigaciones y experiencias
- Dinámicas grupales

De estudio independiente:

- Realizar investigaciones
- Análisis de casos, ensayos
- Lecturas recomendadas

#### **Instalaciones y equipo especial:**

- Aula
- Proyector

#### **Recursos y tecnologías de la información:**

- Cañón.
- Internet.

**Perfil Idóneo del docente:**

- a. Nivel Educativo: Licenciatura.
- b. Área de conocimiento: Administración, Ciencias Sociales y Derecho.
- c. Campo laboral y profesional: Experiencia en producción televisiva mínima 1 año.
- d. Experiencia docente: 2 años a nivel Licenciatura.

**Orientaciones bibliográficas:**

- Ortiz, M. (2018) Producción y realización en medios audiovisuales. España: Ed. Rua Universidad de Alicante
- Frías, I. (2021). La revolución de Netflix en el cine y la televisión. Peru: Fondo editorial comunicación, Universidad de Lima.



**UNIVERSIDAD  
MODELO  
VALLADOLID**

**Plan de Estudios:  
Licenciatura en Gestión de Negocios  
Programa de asignatura**

Asignatura: Optativa IX: Cultura turística en la comunidad.

Semestre: Séptimo

Modalidad: Escolar (Presencial)

Clave de la asignatura: 0410703-3

Clave de la asignatura seriada: n

Duración total en horas:	112	Horas totales docente:	64	Horas totales de estudio independiente:	48	Créditos:	7
--------------------------	-----	------------------------	----	---	----	-----------	---

**Objetivo de la asignatura:**

Reconocer las principales características sustantivas de la cultura turística que debe tener en cuenta una comunidad receptora de turismo, así como la información a manejar, con la finalidad de que se formen su propio criterio y puedan aplicarlo en proyectos de desarrollo turístico.

**Contenido temático:**

**I. Cultura**

- 1.1. Elementos de la Cultura
- 1.2. Importancia de la cultura

**II. Turismo**

- 2.1. Tipos de turismo
- 2.2. Efectos Culturales del turismo

**III. Protección y Valoración de tradiciones y costumbres**

- 3.1 Costumbres ancestrales de protección al medio ambiente
- 3.2 Los pueblos indígenas, su cultura, tradiciones y costumbres

**IV. Cultura turística**

- 4.1. Turismo como prioridad nacional
- 4.2. Los ejes rectores del turismo como prioridad nacional

**V. Origen de la cultura turística**

- 5.1 Países pioneros
- 5.2 Primeros estudios acerca de cultura turística.

**VI. Objetivo de la Cultura Turística**

- 6.1 La competitividad del sector turismo
- 6.2 Generar la investigación, el desarrollo tecnológico, la innovación y el análisis científico.

**VII. Cultura Turística y Desarrollo Sustentable**

7.1 Reflexiones del vínculo del turismo cultural con los valores del desarrollo sustentable

7.2 La cultura turística como una alternativa más para el desarrollo sostenible

**VIII. Turista**

8.1 Definición

8.2 Tipos de turista

**IX. Motivación de los turistas por la Comunidad**

9.1 Estudio psicológico de las motivaciones del turista.

9.2 Necesidades del turista de la comunidad.

**X. Promoción Turística**

10.1 La promoción turística como herramienta de información.

10.2 Vía de comunicación entre la empresa y el cliente.

**XI. Encuentro turista-comunidad (Anfitrión)**

11.1 Influencias positivas y negativas a la comunidad

11.2 Respeto a la comunidad receptora.

**XII. Rol de la comunidad receptora de la actividad turística**

12.1 Anfitriona

12.2 Cultura de servicio al cliente.

**XIII. Calidad de vida en la comunidad**

13.1 El turismo principal generador de divisas

13.2 Condiciones de calidad de vida en la comunidad receptora.

**XIV. Desarrollo Socioeconómico**

14.1 Beneficios económicos

14.2 Beneficios locales

**XV. Educación**

15.1 factores negativos que influyen en la educación de la comunidad receptora

15.2 Factores positivos que influyen en la educación de la comunidad receptora.

**XVI. Salud**

16.1 Factores de riesgo en la salud de la comunidad por la llegada de turistas.

16.2 Control de enfermedades por la llegada de turistas.

**XVII. Expectativas de vida**

17.1 Mejoras en la calidad de la vivencia del turista

17.2 Mejoras en la calidad de vida de la comunidad receptora

**XVIII. Competitividad turística**

18.1 Calidad en el Servicio

18.2 Profesionalismo

18.3 Capacitación

#### **Criterios de evaluación:**

1) Evaluaciones parciales	40%
2) Tareas y participación	30%
3) Evaluación final	30%
	100%

#### **Estrategias de enseñanza:**

Con docente:

- Clase expositiva y demostrativa
- Exposición de investigaciones y experiencias
- Dinámicas grupales

De estudio independiente:

- Realizar investigaciones
- Análisis de casos, ensayos
- Lecturas recomendadas

#### **Instalaciones y equipo especial:**

- Aula
- Proyector

#### **Recursos y tecnologías de la información:**

- Cañón.
- Internet.

#### **Perfil Idóneo del docente:**

- a. Nivel Educativo: Licenciatura.
- b. Área de conocimiento: Administración, Ciencias Sociales y Derecho.
- c. Campo laboral y profesional: Administración de empresas turísticas mínimo 1 año.
- d. Experiencia docente: 2 años a nivel Licenciatura.

#### **Orientaciones bibliográficas:**

- Garrido, S. (2018). Diseño de productos turísticos. España. Ediciones Paraninfo.
- Cabanilla, E. (2020). Turismo y desarrollo rural. Realidades diversas y propuestas sostenibles desde América latina. Ecuador. Ediciones Uleam.



**Plan de Estudios:**  
**Licenciatura en Gestión de Negocios**  
**Programa de asignatura**

Asignatura: Optativa IX: Seguridad de las tecnologías de la información.

Semestre: Séptimo

Modalidad: Escolar (Presencial)

Clave de la asignatura: 0410703-4

Clave de la asignatura seriada: n

Duración total en horas:	112	Horas totales docente:	64	Horas totales de estudio independiente:	48	Créditos:	7
--------------------------	-----	------------------------	----	---	----	-----------	---

**Objetivo de la asignatura:**

Gestionar la seguridad en tecnologías de la información, a través de las aplicaciones de seguridad informática.

**Contenido temático:**

**I. Planeación de seguridad en redes.**

- 1.1. Planeación de seguridad en redes
- 1.2. Política de seguridad el sitio
- 1.3. Planteamiento de la política de seguridad
- 1.4. Cómo asegurar la responsabilidad hacia la política de seguridad
- 1.5. Análisis de riesgo
- 1.6. Identificación de recursos
- 1.7. Identificación de las amenazas
- 1.8. Definición del acceso no autorizado
- 1.9. Riesgo de revelación de información
- 1.10. Negación del servicio

**II. Uso y responsabilidades de la red.**

- 2.1. Uso y responsabilidades de la red
- 2.2. Identificación de quien está autorizado para usar los recursos de la red
- 2.3. Identificación del uso adecuado de los recursos
- 2.4. Quién está autorizado para conceder acceso y aprobar el uso
- 2.5. Cómo diseñar una política de red
- 2.6. Determinación de las responsabilidades del usuario
- 2.7. Determinación de las responsabilidades del administrador de sistemas
- 2.8. Qué hacer con la información delicada

**III. Políticas de seguridad.**

- 3.1. Plan de acción cuando se viole la política de seguridad
- 3.1. Respuesta a las violaciones de la política

- 3.2. Respuesta a las violaciones de la política por usuarios locales
- 3.3. Estrategias de respuesta
- 3.4. Definición de responsabilidades para ser buen ciudadano de internet
- 3.5. Contactos y responsabilidades con organizaciones externas
- 3.6. Interpretación y publicación de la política de seguridad
- 3.7. Identificación y prevención de problemas de seguridad
- 3.8. Confidencialidad
- 3.9. Implementación de controles costeados para la política
- 3.10. Procedimientos de reporte
- 3.11. Procedimientos de recuperación
- 3.12. Procedimiento de reporte de problemas para los administradores del sistema

#### **IV. Auditoria de sistemas.**

- 4.1. Auditoria de Sistemas
- 4.2. Planeación de la Auditoría en Informática
- 4.3. Evaluación de Sistemas
- 4.4. Evaluación del Análisis
- 4.5. Evaluación del Diseño Lógico del Sistema
- 4.6. Evaluación del Desarrollo del Sistema
- 4.7. Control de Proyectos
- 4.8. Control de Diseño de Sistemas y Programación
- 4.9. Instructivos de Operación
- 4.10. Forma de Implementación
- 4.11. Entrevista a Usuarios
- 4.12. Controles

#### **V. Seguridad en centros de cómputo.**

- 5.1. Orden en el Centro de Cómputo
- 5.2. Evaluación de la Configuración del Sistema de Cómputo
- 5.3. Seguridad Lógica y Confidencial
- 5.4. Seguridad Física
- 5.5. Seguridad en la Utilización del Equipo
- 5.6. Seguridad al Restaurar el Equipo
- 5.7. Procedimientos de Respaldo en Caso de Desastre

#### **VI. Seguridad de Base de Datos**

- 6.1. Privilegios con SQL.
- 6.2. Control de acceso discrecional
- 6.3. Control de acceso Mandatorio

#### **Criterios de evaluación:**

1) Evaluaciones parciales	40%
2) Tareas y participación	30%
3) Evaluación final	30%
	100%

#### **Estrategias de enseñanza:**

Con docente:

- Clase expositiva y demostrativa
- Exposición de investigaciones y experiencias
- Dinámicas grupales

De estudio independiente:

- Realizar investigaciones
- Análisis de casos, ensayos
- Lecturas recomendadas

#### **Instalaciones y equipo especial:**

- Aula
- Proyector

#### **Recursos y tecnologías de la información:**

- Cañón.
- Internet.

#### **Perfil Idóneo del docente:**

- a. Nivel Educativo: Licenciatura
- b. Área de conocimiento: Ingeniería, Ciencias exactas y TIC.
- c. Campo laboral y profesional: Experiencia mínima de un año, a nivel gerencia o dirección en áreas de informática, seguridad informática, sistemas de información o en área relacionada o poseer diploma de especialidad.
- d. Experiencia docente: 2 años a nivel Licenciatura.

#### **Orientaciones bibliográficas:**

- Martínez, X. (2019). Diseño de páginas worldpress para todos los públicos. España: Ed. UOC.
- Gutiérrez, D. (2017). Comercio electrónico: creación y protección de un sitio web. Colombia: Ed. UNAULA.
- Velázquez, I. (2019). Creación de sitios web. Argentina: Ed. SixEdiciones.



**Plan de Estudios:**  
**Licenciatura en Gestión de Negocios**  
**Programa de asignatura**

Asignatura: Optativa IX: Diseño publicitario y medios de comunicación

Semestre: Séptimo

Modalidad: Escolar (Presencial)

Clave de la asignatura: 0410703-5

Clave de la asignatura seriada: n

Duración total en horas:	112	Horas totales docente:	64	Horas totales de estudio independiente:	48	Créditos:	7
--------------------------	-----	------------------------	----	---	----	-----------	---

**Objetivo de la asignatura:**

Valorar el papel del diseño publicitario y los medios de comunicación como estrategias fundamentales de la mercadotecnia en las organizaciones, tanto en el área del mercado nacional como global, así como desarrollar un plan de medios específico.

**Contenido temático:**

- I. Segmentación de mercados y su relación con los medios publicitarios.**
  - 1.1. Segmentos de interés para la organización
  - 1.2. Características esenciales para persuadir
- II. Investigación de mercados para la elección de estrategias de medios publicitarios.**
  - 2.1. Alternativas de investigación
  - 2.2. Conceptos fundamentales para la obtención de datos estratégicos en la identificación de medios
- III. Psicología del consumidor para la elección de medios publicitarios**
  - 3.1. Descripción de las necesidades y personalidad del target
  - 3.2. Comportamiento en las compras
- IV. La influencia de los medios en el objetivo de ventas**
  - 4.1. Relación con las necesidades
  - 4.2. Animación o seducción
  - 4.3. Estacionalidad y promoción
- V. Periódicos**
  - 5.1. Características y reglamentaciones
  - 5.2. Cobertura e inserción en la logística
  - 5.3. Esquema de precios y justificación de la inversión

- VI. Revistas**
  - 6.1. Características y reglamentaciones
  - 6.2. Cobertura e inserción en la logística
  - 6.3. Esquema de precios y justificación de la inversión
- VII. Suplementos e insertos**
  - 7.1. Características y reglamentaciones
  - 7.2. Cobertura e inserción en la logística
  - 7.3. Esquema de precios y justificación de la inversión
- VIII. Espectaculares**
  - 8.1. Características y reglamentaciones
  - 8.2. Cobertura e impacto en consumidor objetivo
  - 8.3. Esquema de precios y justificación de la inversión
- IX. Posters publicitarios**
  - 9.1. Características y reglamentaciones
  - 9.2. Cobertura e impacto en consumidor objetivo
  - 9.3. Esquema de precios y justificación de la inversión
- X. Radio**
  - 10.1. Características y reglamentaciones
  - 10.2. Cobertura e impacto en consumidor objetivo
  - 10.3. Esquema de precios y justificación de la inversión
- XI. Televisión**
  - 11.1. Características y reglamentaciones
  - 11.2. Cobertura e impacto en consumidor objetivo
  - 11.3. Esquema de precios y justificación de la inversión
- XII. Cine**
  - 12.1. Características y reglamentaciones
  - 12.2. Cobertura e impacto en consumidor objetivo
  - 12.3. Esquema de precios y justificación de la inversión
- XIII. Internet. Publicidad electrónica o información en línea.**
  - 13.1. Características y reglamentaciones
  - 13.2. Cobertura e impacto en consumidor objetivo
  - 13.3. Esquema de precios y justificación de la inversión
- XIV. DVD**
  - 14.1. Características y reglamentaciones
  - 14.2. Cobertura e impacto en consumidor objetivo
  - 14.3. Esquema de precios y justificación de la inversión
- XV. Conceptos a considerar para medios publicitarios en el mercado global**
  - 15.1. Segmentación en mercado global
  - 15.2. Investigación de mercados a nivel global
  - 15.3. Psicología del consumidor global
- XVI. Formatos de comercialización y promoción internacional**
  - 16.1. Transportación intermodal
  - 16.2. Redes televisivas de compras desde el hogar
  - 16.3. Ferias Comerciales
  - 16.4. Redes sociales
- XVII. Complementación de medios nacionales e internacionales.**

- 17.1. Mezcla de medios para el logro de objetivos
- 17.2. Aprovechamiento de costo y cobertura

**XVIII. Estructura del Plan de Medios**

- 18.1. Conceptos básicos
- 18.2. Rating
- 18.3. Share

**XIX. Elección de Medios**

- 19.1. Criterios de elección:
- 19.2. Cualitativos
- 19.3. Cuantitativos
- 19.4. Estratégicos
- 19.5. Diseño de pautas
- 19.6. Patrones de calendarización
- 19.7. Continua
- 19.8. Pulsación
- 19.9. Intervalo
- 19.10. Concentrado

**XX. Reporte del Plan de Medios**

- 20.1. Redacción y justificación
- 20.2. Cronograma de aplicación.

**Criterios de evaluación:**

1) Evaluaciones parciales	40%
2) Tareas y participación	30%
3) Evaluación final	30%
	100%

**Estrategias de enseñanza:**

Con docente:

- Clase expositiva y demostrativa
- Exposición de investigaciones y experiencias
- Dinámicas grupales

De estudio independiente:

- Realizar investigaciones
- Análisis de casos, ensayos
- Lecturas recomendadas

**Instalaciones y equipo especial:**

- Aula
- Proyector

#### **Recursos y tecnologías de la información:**

- Internet
- Equipos de cómputo

#### **Perfil Idóneo del docente:**

- a. Nivel Educativo: Licenciado en Mercadotecnia, Licenciado en Administración, Licenciado en Comunicación o Carrera Afín.
- b. Área de conocimiento: Ciencias Sociales, Administración y Derecho
- c. Campo laboral y profesional: Experiencia mínima de un año, a nivel gerencia o dirección en áreas de mercadotecnia, publicidad, ventas o administrativas o en área relacionada o poseer diploma de especialidad.
- d. Experiencia docente: 2 años a nivel Licenciatura

#### **Orientaciones bibliográficas:**

- Martínez, X. (2019). Diseño de páginas worldpress para todos los públicos. España: Ed. UOC.
- Gutiérrez, D. (2017). Comercio electrónico: creación y protección de un sitio web. Colombia: Ed. UNAULA.
- Velázquez, I. (2019). Creación de sitios web. Argentina: Ed. SixEdiciones.



**UNIVERSIDAD  
MODELO  
VALLADOLID**

**Plan de Estudios:  
Licenciatura en Gestión de Negocios  
Programa de asignatura**

Asignatura: Optativa IX: Derecho colectivo de trabajo y seguridad social.

Semestre: Séptimo

Modalidad: Escolar (Presencial)

Clave de la asignatura: 0410703-6

Clave de la asignatura seriada: n

Duración total en horas:	112	Horas totales docente:	64	Horas totales de estudio independiente:	48	Créditos:	7
--------------------------	-----	------------------------	----	---	----	-----------	---

**Objetivo de la asignatura:**

Analizar los conceptos fundamentales de relaciones colectivas de trabajo, relacionado a problemas concretos entre trabajadores y patrones.

**Contenido temático:**

**I. Relaciones colectivas de trabajo**

- 1.1. Concepto
- 1.2. Las coaliciones
- 1.3. Clasificación
- 1.4. Sindicatos, Federaciones y Confederaciones

**II. El contrato colectivo de trabajo**

- 2.1. Características
- 2.2. Contrato- Ley
- 2.3. Reglamento interior de trabajo

**III. Modificación colectiva de las condiciones de trabajo**

- 3.1. Facultados
- 3.2. Circunstancias

**IV. Suspensión colectiva de las relaciones de trabajo**

- 4.1. Causas
- 4.2. Consecuencias

**V. El derecho de huelga.**

- 5.1. Concepto
- 5.2. Huelga ilícita

**VI. Disposiciones generales.**

- 6.1. Objetivos

6.2. Procedimientos de huelga

**VII. Riesgo de trabajo**

7.1. Concepto

7.2. Riesgos que se pueden producir

7.3. Determinación del grado de riesgo de trabajo de las empresas

**VIII. Accidente de trabajo y enfermedad de trabajo**

8.1. Concepto

8.2. Diferencias

8.3. Indemnización

8.4. Derechos

**IX. La prescripción en materia de trabajo**

9.1. Concepto de prescripción

9.2. Consecuencias

**X. Disposiciones generales**

10.1. Prescripción de las acciones de los patrones

10.2. Prescripción de las acciones de los trabajadores

**XI. Derecho de seguridad social**

11.1. Definición

11.2. Principios

**XII. El derecho de la seguridad social y sus principios**

12.1. Fines de la seguridad social

12.2. Régimen de la seguridad social

**XIII. Introducción a la Seguridad Social en México**

13.1. Breve historia de la evolución

13.2. fundamento constitucional

**XIV. Ley del Seguro Social**

14.1. Antecedentes

14.2. Estructura Jurídica de la Seguridad Social en México, e Instituciones que dan seguridad social

**XV. Tipo de prestaciones y ramo de seguro**

15.1. Formas de aseguramiento

15.2. Sujetos de aseguramiento

**XVI. Naturaleza de la obligación obrero-patronal por aplicación de la ley del IMSS filiación y prescripción de filiación**

16.1. Integración funcionamiento de comisiones mixtas de seguridad e higiene

16.2. Derecho y Obligaciones

16.3. Afiliación forma y reglamentación

16.4. Integración del salario

16.5. Acceso de inscripción del trabajador y del patrón al IMSS

16.6. Prescripción de afiliación

**XVII. Determinación y Ajustes de las Cuotas Obreros Patronales.**

17.1. Bases de cotización y aplicables a los distintos ramos

17.2. Ajustes según ausentismo incapacidades, modificaciones salariales altos y bajos

17.3. Relación de la liquidación del Seguro

17.4. Relación de la liquidación del Seguro Social

17.5. Régimen Obligatorio y Voluntario; seguro facultativo y adicional

### **XVIII. Sistema de ahorro para el retiro**

18.1. Beneficios

18.2. Propósitos

### **XIX. Ley del ISSSTE**

19.1. Fundamento

19.2. Análisis

### **XX. Ley del Instituto de Seguridad Social para las Fuerzas Armadas de México (ISSFAM)**

20.1. Fundamento

20.2. Análisis

#### **Criterios de evaluación:**

1) Evaluaciones parciales	40%
2) Tareas y participación	30%
3) Evaluación final	30%
	100%

#### **Estrategias de enseñanza:**

Con docente:

- Clase expositiva y demostrativa
- Exposición de investigaciones y experiencias
- Dinámicas grupales

De estudio independiente:

- Realizar investigaciones
- Análisis de casos, ensayos
- Lecturas recomendadas

#### **Instalaciones y equipo especial:**

- Aula
- Proyector

### **Recursos y tecnologías de la información:**

- Cañón.
- Internet.

### **Perfil Idóneo del docente:**

- a. Nivel Educativo: Licenciatura
- b. Área de conocimiento: Administración, Ciencias Sociales y Derecho.
- c. Campo laboral y profesional: Experiencia mínima de un año en el campo del derecho.
- d. Experiencia docente: 2 años a nivel Licenciatura.

### **Orientaciones bibliográficas:**

- Ley Federal del Trabajo 2021.
- Ley del Seguro Social. (2021).
- Ley del I.S.S.S.T.E. (2021).
- Buen, N. (2018) Derecho Procesal de trabajo II (20<sup>a</sup> edición). México: Ed. Porrúa.
- Dávalos, J. (2017). Derecho colectivo y procesal de trabajo (11<sup>a</sup> edición). México: Ed. Porrúa.



**UNIVERSIDAD  
MODELO  
VALLADOLID**

**Plan de Estudios:  
Licenciatura en Gestión de Negocios  
Programa de asignatura**

Asignatura: Optativa IX: Legislación deportiva y ética en el deporte.

Semestre: Séptimo

Modalidad: Escolar (Presencial)

Clave de la asignatura: 0410703-7

Clave de la asignatura seriada: n

Duración total en horas:	112	Horas totales docente:	64	Horas totales de estudio independiente:	48	Créditos:	7
--------------------------	-----	------------------------	----	---	----	-----------	---

**Objetivo de la asignatura:**

Analizar la legislación de la cultura física y el deporte nacional e internacional; así como la estructura, dinámica del sistema nacional de cultura física-deportivo mexicano, su contexto mundial; y los aspectos éticos relevantes de la praxis deportiva.

**Contenido temático:**

**I. Conceptos básicos del derecho deportivo**

- 1.1 El deporte concepto, elementos y modalidades a la luz del derecho
- 1.2 Los orígenes del derecho deportivo y el derecho deportivo en México
- 1.3 Concepto y características del derecho deportivo
- 1.4 Conceptos y elementos del sistema deportivo y sistema deportivo mexicano, el registro nacional de cultura física y deporte

**II. Ámbito del derecho deportivo**

- 2.1 Concepto de derecho deportivo
- 2.2 Características del derecho deportivo
- 2.3 El derecho deportivo en México

**III. Constitución y deporte**

- 3.1 Facultad del congreso de la unión en materia del deporte
- 3.2 Tratados internacionales en relación al deporte
- 3.3 Ley general de cultura física y deporte y su reglamento
- 3.4 Estructura y finalidades de la ley general de cultura física y deporte

**IV. Programa nacional de cultura física y deporte**

- 4.1 Plan nacional de cultura física y deporte
- 4.2 Programa nacional de activación física
- 4.3 Otras disposiciones

**V. Estructura deportiva sector público.**

- 5.1 Sistema Nacional del Deporte (SINADE).
- 5.2 Comisión Nacional del Deporte (CONADE).
- 5.3 Consejo Nacional del Deporte Estudiantil (CONDE).
- 5.4 Órganos estatales.
- 5.5 Órganos municipales.

**VI. Estructura deportiva sector privado y social.**

- 6.1 Asociaciones deportivas nacionales.
- 6.2 Asociaciones deportivas estatales.
- 6.3 Deporte federado.
- 6.4 Deporte olímpico.

**VII. Sanciones y recursos de impugnación en materia deportiva.**

- 7.1 Justicia Deportiva.
- 7.2 Sanciones deportivas.
- 7.3 Recursos de impugnación de sanciones deportivas.

**VIII. Conceptos básicos en ética deportiva**

- 8.1 Principios de ética deportiva
- 8.2 El juego limpio

**IX. Ética aplicada al deporte**

- 9.1 No violencia en el deporte
- 9.2 Prevención de la violencia en espectáculos deportivos

**Criterios de evaluación:**

1) Evaluaciones parciales	40%
2) Tareas y participación	30%
3) Evaluación final	30%
	100%

**Estrategias de enseñanza:**

Con docente:

- Clase expositiva y demostrativa
- Exposición de investigaciones y experiencias
- Dinámicas grupales

De estudio independiente:

- Realizar investigaciones
- Análisis de casos, ensayos
- Lecturas recomendadas

**Instalaciones y equipo especial:**

- Aula
- Proyector

### **Recursos y tecnologías de la información:**

- Cañón.
- Internet.

### **Perfil Idóneo del docente:**

- a. Nivel Educativo: Licenciatura
- b. Área de conocimiento: Ciencias de la Salud.
- c. Campo laboral y profesional: Experiencia 1 año en el área de administración deportiva.
- d. Experiencia docente: 2 años a nivel Licenciatura.

### **Orientaciones bibliográficas:**

- Vargas, J. (2019) Educación Física: Adolescentes en acción. México. Editorial Preludio.
- García, M. (2017) Técnicos deportivos. México. Editorial Comares.



**Plan de Estudios:**  
**Licenciatura en Gestión de Negocios**  
**Programa de asignatura**

**UNIVERSIDAD  
MODELO  
VALLADOLID**

Asignatura: Optativa IX: Programación de videojuegos.

Semestre: Séptimo

Modalidad: Escolar (Presencial)

Clave de la asignatura:0410703-8

Clave de la asignatura seriada: n

Duración total en horas:	112	Horas totales docente:	64	Horas totales de estudio independiente:	48	Créditos:	7
--------------------------	-----	------------------------	----	---	----	-----------	---

**Objetivo de la asignatura:**

Identificar las herramientas y los métodos necesarios para la elaboración profesional de videojuegos desde el ámbito del diseño, programación y gestión de proyectos.

**Contenido temático:**

**I. Introducción al desarrollo de videojuegos**

- 1.1Mecanismos
- 1.2Mecánicas
- 1.3Interfaces
- 1.4Herramientas profesionales: Unreal Ed

**II. Arquitectura de software**

- 2.1 Repaso de C++
- 2.2C++ a gran escala y técnicas avanzadas
- 2.3Arquitectura de videojuegos dirigida por datos
- 2.4Bucle principal
- 2.5Gestión de entidades
- 2.6La arquitectura de un juego completo

**III. Pipeline de contenidos**

- 3.1El pipeline de contenido gráfico: texturas, modelos y animaciones
- 3.2Programación en MAXScript para 3D Max
- 3.3Edición y manipulación de audio digital

**IV. Programación gráfica**

- 4.1Fundamentos y APIs Gráficas
- 4.2Framebuffer, transformaciones y proyecciones
- 4.3Illuminación, texturas y modelado
- 4.4Organización y ordenación espacial

- 4.5 El motor gráfico Ogre
- 4.6 El mundo de las consolas. Pipeline de contenidos
- 4.7 Efectos especiales
- 4.8 Hardware gráfico

**V. Programación de shaders: Cg, HLSL.**

- 5.1 Física aplicada al desarrollo de videojuegos
- 5.2 Uso y desarrollo de motores físicos
- 5.3 PhysX
- 5.4 Simulador de vuelo y simulador de coches
- 5.5 Ragdolls, telas y fluidos

**VI. Inteligencia artificial**

- 6.1 Introducción, tipos de juegos y arquitectura
- 6.2 Representación del entorno y A\*
- 6.3 Programación del comportamiento: FSM, BTs, Reglas
- 6.4 Percepción
- 6.5 Sistemas basados en localización
- 6.6 Aprendizaje automático, algoritmos genéticos, redes neuronales y bayesianas, lógica difusa, CBR.

**VII. Técnicas de programación**

- 7.1 Dispositivos de entrada/salida: teclado y ratón, pad, WiiMote, PS Move y Kinect
- 7.2 Ejecución de juegos bajo Windows: carga de recursos, autorun, distintas instancias, rendimiento, new y delete, depuración
- 7.3 Justificación, tipos y características de los lenguajes de script. LUA
- 7.4 Inteligencia artificial en LUA
- 7.5 Audio orientado a videojuegos 3D
- 7.6 Librerías de renderizado de audio: OpenAL y FMOD

**VIII. Plataformas de desarrollo**

- 8.1 Diseño de juegos multi-plataforma
- 8.2 Prototipado rápido de juegos
- 8.3 Desarrollo de videojuegos en 2D utilizando Flash
- 8.4 Desarrollo de videojuegos en 3D utilizando Unity
- 8.5 Diseño de videojuegos en 3D utilizando editores de mapas y herramientas específicas
- 8.6 Desarrollo de videojuegos en dispositivos móviles: iOS y Android

**IX. Producción de videojuegos**

- 9.1 La producción de videojuegos, metodologías ágiles
- 9.2 El videojuego como producto
- 9.3 Modelos de negocio en la industria del videojuego
- 9.4 Emprendimiento: fundar una empresa de videojuegos

1) Evaluaciones parciales	40%
2) Tareas y participación	30%
3) Evaluación final	30%
	100%

### **Estrategias de enseñanza:**

Con docente:

- Clase expositiva y demostrativa
- Exposición de investigaciones y experiencias
- Dinámicas grupales

De estudio independiente:

- Realizar investigaciones
- Análisis de casos, ensayos
- Lecturas recomendadas

### **Instalaciones y equipo especial:**

- Aula
- Proyector

### **Recursos y tecnologías de la información:**

- Cañón.
- Internet.

### **Perfil Idóneo del docente:**

- a. Nivel Educativo: Ingeniería.
- b. Área de conocimiento: Ingeniería, Ciencias exactas y TIC
- c. Campo laboral y profesional: Experiencia en gerencia o dirección en áreas de informática, programación móvil y programación de videojuegos.
- d. Experiencia docente: 2 años a nivel Licenciatura.

### **Orientaciones bibliográficas:**

- Cane, A. (2019), Programación para Principiantes: Guía comprensiva para principiantes Aprenda a programar paso a paso de la A a la Z, E.U.A. Independently Published
- Redondo, D. (2021), Curso de programación. Videojuegos. España: Ed. Anaya multimedia.



**UNIVERSIDAD  
MODELO  
VALLADOLID**

**Plan de Estudios:  
Licenciatura en Gestión de Negocios  
Programa de asignatura**

Asignatura: Optativa IX: Diversidad y equidad

Semestre: Séptimo

Modalidad: Escolar (Presencial)

Clave de la asignatura: 0410703-9

Clave de la asignatura seriada: n

Duración total en horas:	112	Horas totales docente:	64	Horas totales de estudio independiente:	48	Créditos	7
--------------------------	-----	------------------------	----	---	----	----------	---

**Objetivo de la asignatura:**

Comprender las causas y consecuencias de diversas formas de discriminación, a fin de analizar las políticas de inclusión y cohesión social desde una perspectiva de derechos humanos, como base para la planeación social participativa e inclusiva, centrada en las necesidades de las personas.

**Contenido temático:**

**I. Conceptos clave**

- 1.1. Universalidad y no discriminación en los derechos humanos
- 1.2. Interseccionalidad
- 1.3. Dimensiones estructurales de la vulnerabilidad
- 1.4. Autodeterminación
- 1.5. Pluralidad y multiculturalidad
- 1.6. Cohesión social

**II. Grupos en situación de vulnerabilidad**

- 2.1. Discriminación racial
- 2.2. Migrantes
- 2.3. Grupos indígenas y minorías lingüísticas
- 2.4. Personas con discapacidad
- 2.5. Orientación sexual e identidad de género
- 2.6. Jóvenes y personas adultas mayores

**III. Políticas inclusivas y respetuosas de la diversidad**

- 3.1. Protección social, integración y planeación inclusiva
- 3.2. Participación política, socioeconómica y cultural
- 3.3. Representación política y social
  - 1. Inversión para la equidad y presupuestos inclusivos

### Criterios de evaluación:

1) Evaluaciones parciales	40%
2) Tareas y participación	30%
3) Evaluación final	30%
	100%

### Estrategias de enseñanza:

Con docente:

- Clase expositiva y demostrativa
- Exposición de investigaciones y experiencias
- Dinámicas grupales

De estudio independiente:

- Realizar investigaciones
- Análisis de casos, ensayos
- Lecturas recomendadas

### Instalaciones y equipo especial:

- Aula

### Recursos y tecnologías de la información:

- Cañón
- Computadora
- Internet

### Perfil Idóneo del docente:

- a. Nivel Educativo: Licenciatura
- b. Área de conocimiento: Ciencias sociales, administración y derecho
- c. Campo laboral y profesional: 2 años de experiencia profesional en el sector público, privado o no lucrativo vinculada con proyectos de grupos vulnerables y desarrollo social en México.
- d. Experiencia docente: 2 años en licenciatura

### Orientaciones bibliográficas:

- Comité sobre los Derechos de las Personas con Discapacidad (2018). Observación general núm. 6 “La igualdad y la no discriminación.”
- OCDE (2018). Enhancing Social Inclusion in Latin America. Key issues and the role of social protection systems.



**UNIVERSIDAD  
MODÉLO  
VALLADOLID**

**Plan de Estudios:  
Licenciatura en Gestión de Negocios  
Programa de asignatura**

Asignatura: Optativa IX: Transporte y distribución.

Semestre: Séptimo

Modalidad: Escolar (Presencial)

Clave de la asignatura: 0410703-10

Clave de la asignatura seriada: n

Duración total en horas:	112	Horas totales docente:	64	Horas totales de estudio independiente:	48	Créditos:	7
--------------------------	-----	------------------------	----	---	----	-----------	---

**Objetivo de la asignatura:**

Reconocer las principales características sustantivas de la cultura turística que debe tener en cuenta una comunidad receptora de turismo, así como la información a manejar, con la finalidad de que se formen su propio criterio y puedan aplicarlo en proyectos de desarrollo turístico.

**Contenido temático:**

- I. Cultura**
  - 1.1. Elementos de la Cultura
  - 1.2. Importancia de la cultura
- II. Turismo**
  - 2.1. Tipos de turismo
  - 2.2. Efectos Culturales del turismo
- III. Protección y Valoración de tradiciones y costumbres**
  - 3.1 Costumbres ancestrales de protección al medio ambiente
  - 3.2 Los pueblos indígenas, su cultura, tradiciones y costumbres
- IV. Cultura turística**
  - 4.1. Turismo como prioridad nacional
  - 4.2. Los ejes rectores del turismo como prioridad nacional
- V. Origen de la cultura turística**
  - 5.1 Países pioneros
  - 5.2 Primeros estudios acerca de cultura turística.
- VI. Objetivo de la Cultura Turística**
  - 6.1 La competitividad del sector turismo
  - 6.2 Generar la investigación, el desarrollo tecnológico, la innovación y el análisis científico.
- VII. Cultura Turística y Desarrollo Sustentable**

7.1 Reflexiones del vínculo del turismo cultural con los valores del desarrollo sustentable

7.2 La cultura turística como una alternativa más para el desarrollo sostenible

**VIII. Turista**

8.1 Definición

8.2 Tipos de turista

**IX. Motivación de los turistas por la Comunidad**

9.1 Estudio psicológico de las motivaciones del turista.

9.2 Necesidades del turista de la comunidad.

**X. Promoción Turística**

10.1 La promoción turística como herramienta de información.

10.2 Vía de comunicación entre la empresa y el cliente.

**XI. Encuentro turista-comunidad (Anfitrión)**

11.1 Influencias positivas y negativas a la comunidad

11.2 Respeto a la comunidad receptora.

**XII. Rol de la comunidad receptora de la actividad turística**

12.1 Anfitriona

12.2 Cultura de servicio al cliente.

**XIII. Calidad de vida en la comunidad**

13.1 El turismo principal generador de divisas

13.2 Condiciones de calidad de vida en la comunidad receptora.

**XIV. Desarrollo Socioeconómico**

14.1 Beneficios económicos

14.2 Beneficios locales

**XV. Educación**

15.1 factores negativos que influyen en la educación de la comunidad receptora

15.2 Factores positivos que influyen en la educación de la comunidad receptora.

**XVI. Salud**

16.1 Factores de riesgo en la salud de la comunidad por la llegada de turistas.

16.2 Control de enfermedades por la llegada de turistas.

**XVII. Expectativas de vida**

17.1 Mejoras en la calidad de la vivencia del turista

17.2 Mejoras en la calidad de vida de la comunidad receptora

**XVIII. Competitividad turística**

18.1 Calidad en el Servicio

18.2 Profesionalismo

18.3 Capacitación

#### **Criterios de evaluación:**

1) Evaluaciones parciales	40%
2) Tareas y participación	30%
3) Evaluación final	30%
	100%

#### **Estrategias de enseñanza:**

Con docente:

- Clase expositiva y demostrativa
- Exposición de investigaciones y experiencias
- Dinámicas grupales

De estudio independiente:

- Realizar investigaciones
- Análisis de casos, ensayos
- Lecturas recomendadas

#### **Instalaciones y equipo especial:**

- Aula
- Proyector

#### **Recursos y tecnologías de la información:**

- Cañón.
- Internet.

#### **Perfil Idóneo del docente:**

- a. Nivel Educativo: Licenciatura.
- b. Área de conocimiento: Administración, Ciencias Sociales y Derecho.
- c. Campo laboral y profesional: Administración de empresas turísticas mínimo 1 año.
- d. Experiencia docente: 2 años a nivel Licenciatura.

#### **Orientaciones bibliográficas:**

- Garrido, S. (2018). Diseño de productos turísticos. España. Ediciones Paraninfo.
- Cabanilla, E. (2020). Turismo y desarrollo rural. Realidades diversas y propuestas sostenibles desde América latina. Ecuador. Ediciones Uleam.



**Plan de Estudios:**  
**Licenciatura en Gestión de Negocios**  
**Programa de asignatura**

Asignatura: Gestión estratégica de negocios.

Semestre: Séptimo.

Modalidad: Escolar (Presencial)

Clave de la asignatura 0410704

Clave de la asignatura seriada: n

Duración total en horas:	112	Horas totales docente:	64	Horas totales de estudio independiente:	48	Créditos	7
--------------------------	-----	------------------------	----	---	----	----------	---

**Objetivo de la asignatura:**

Desarrollar estrategias empresariales para obtener ventajas competitivas sostenibles, en un entorno cambiante y globalizado.

**Contenido temático:**

**I. Fundamentos de la Gestión Estratégica.**

- 1.1 La Organización como sistema.
- 1.2 Origen y Desarrollo del pensamiento estratégico.
- 1.3 Conceptos básicos y características de la gestión estratégica.
- 1.4 Comparación de Modelos de Gestión Estratégica.
- 1.5 Importancia y beneficios de la gestión Estratégica.
- 1.6 Pensamiento y filosofía de la empresa.

**II. Análisis estratégico del entorno.**

- 2.1 El entorno general de la empresa.
- 2.2 Técnicas de análisis del entorno.
- 2.3 Matriz de Factores externos
- 2.4 Perfil competitivo.
- 2.5 Análisis del entorno específico de la empresa.
- 2.6 Análisis de la estructura de la industria.
- 2.7 Análisis de la competitividad y ventaja competitiva (Porter)
- 2.8 Pronóstico del ambiente.

**III. Análisis Estratégico Interno.**

- 3.1 Diagnóstico Interno de la empresa.
- 3.2 Cadena de Valor del sector Industrial y de la empresa.
- 3.3 Técnicas de análisis internos.
- 3.4 Matriz de factores Internos.
- 3.5 Análisis de Recursos y capacidades.
- 3.6 Establecimiento de objetivos organizacionales.

**IV. Selección de estrategias.**

- 4.1 Modelos y herramientas para la formulación de estrategias.
- 4.2 Tipos de estrategias.
- 4.3 Estrategias y ventajas competitivas.
- 4.4 Adopción de un modelo para la formulación de estrategias.

**V. Implementación de estrategias.**

- 5.1 Modelos y herramientas para la formulación de estrategias.
- 5.2 Tipos de estrategias.
- 5.3 Estrategias y ventajas competitivas.
- 5.4 Adopción de un modelo para la formulación de estrategias.
- 5.5 Mapas estratégicos.

**VI. Implementación de la estrategia.**

- 6.1 Relación entre formulación e implementación de la estrategia.
- 6.2 Naturaleza de la implementación de la estrategia.
- 6.3 Relación de la estructura de la estrategia.
- 6.4 Desarrollo de planes, programas, procedimientos, y presupuesto para la implementación estratégica (por áreas funcionales).

**VII. Evaluación y control de la estrategia.**

- 7.1 Naturaleza y proceso de evaluación de la estrategia.
- 7.2 Medición de la Gestión estratégica.
- 7.3 Evaluación de la Gestión y principales métricas administrativas.
- 7.4 Control de la gestión estratégica.
- 7.5 Cuadro de Mando integral.
- 7.6 Auditorías administrativas.
- 7.7 Características de un sistema de evaluación eficaz y planeación de contingencias.
- 7.8 Otras perspectivas de la estrategia: Estrategia del océano azul.

**Criterios de evaluación:**

1) Evaluaciones parciales	40%
2) Tareas y participación	30%
3) Evaluación final	30%
	100%

**Estrategias de enseñanza:**

Con docente:

- Clase expositiva y demostrativa
- Exposición de investigaciones y experiencias
- Dinámicas grupales

De estudio independiente:

- Realizar investigaciones
- Análisis de casos, ensayos
- Lecturas recomendadas

**Instalaciones y equipo especial:**

- Aula.

**Recursos y tecnologías de la información:**

- Cañón.
- Internet.

**Perfil Idóneo del docente:**

- a. Nivel Educativo: Ingeniería
- b. Área de conocimiento: Ingeniería, Ciencias exactas y TIC
- c. Campo laboral y profesional: 1 año en el sector industrial, empresarial o de servicios.
- d. Experiencia docente: 2 años en Licenciatura.

**Orientaciones bibliográficas:**

- Gómez, M. (2019). La mentalidad emprendedora: el emprendimiento visto desde el sujeto y el proceso de emprender. Colombia: Ediciones de la U.
- Gómez, M. (2019). Emprender... una forma de vida. México: Ed. PACJ.
- Gómez, M. (2020). Manual práctico de planeación estratégica. México: Ed. Díaz de santos.



**Plan de Estudios:**  
**Licenciatura en Gestión de Negocios**  
**Programa de asignatura**

Asignatura: Optativa X: Control y gestión

Semestre: Séptimo

Modalidad: Escolar (Presencial)

Clave de la asignatura: 0410705-1

Clave de la asignatura seriada: n

Duración total en horas:	96	Horas totales docente:	64	Horas totales de estudio independiente:	32	Créditos:	6
--------------------------	----	------------------------	----	---	----	-----------	---

**Objetivo de la asignatura:**

Diseñar sistemas de control de gestión, para la optimización de las funciones, actividades y procedimientos dentro de las organizaciones.

**Contenido temático:**

**I. Manual de Organización.**

- 1.1. Manual de Organización.
- 1.2. Elaboración del Manual de Organización

**II. Manual de Procedimientos.**

- 2.1. Manual de Procedimientos.
- 2.2. Metodología para el análisis y diseño de procedimientos

**Criterios de evaluación:**

1) Evaluaciones parciales	40%
2) Tareas y participación	30%
3) Evaluación final	30%
	100%

### **Estrategias de enseñanza:**

Con docente:

- Clase expositiva y demostrativa
- Exposición de investigaciones y experiencias
- Dinámicas grupales

De estudio independiente:

- Realizar investigaciones
- Análisis de casos, ensayos

### **Instalaciones y equipo especial:**

- Proyector

### **Recursos y tecnologías de la información:**

- Lap tops e internet

### **Perfil Idóneo del docente:**

- a. Nivel Educativo: Licenciado en Contaduría, Licenciado en Administración, Licenciado en Mercadotecnia o Carrera Afín.
- b. Área de conocimiento: Ciencias Sociales, Administración y Derecho
- c. Campo laboral y profesional: Experiencia mínima de un año, a nivel gerencia o dirección en áreas de administración, gestión, contabilidad o en área relacionada o poseer diploma de especialidad.
- d. Experiencia docente: 2 años en Licenciatura

### **Orientaciones bibliográficas:**

- Louffat, E. (2017) Organigramas y Manuales Organizacionales: Fundamentos para su Elaboración. México. ESAN
- Pereira, C. (2019) Control interno en las empresas: su aplicación y efectividad. México: Ed. Instituto Mexicano de Contadores Públicos.



**Plan de Estudios:**  
**Licenciatura en Gestión de Negocios**  
**Programa de asignatura**

Asignatura: Optativa X: Diseño y producción radiofónica.

Semestre: Séptimo

Modalidad: Escolar (Presencial)

Clave de la asignatura: 0410705-2

Clave de la asignatura seriada: n

Duración total en horas:	96	Horas totales docente:	64	Horas totales de estudio independiente:	32	Créditos:	6
--------------------------	----	------------------------	----	---	----	-----------	---

**Objetivo de la asignatura:**

Analizar los fundamentos básicos en el diseño, manejo y contenido de producciones radiofónicas.

**Contenido temático:**

**I. Retrospectiva de la radio.**

- 1.1. 1920 a 1949: Creación, Desarrollo, Apogeo.
- 1.2. 1950 A 1979: La amenaza de la Televisión, El Rock salva a la Radio, El sonido FM y La Diversificación de la radio en los 70's.
- 1.3. 1980 a 1999: La Erosión de la Audiencia y Los "Talk Shows".

**II. La radio hoy.**

- 2.1. El dominio de la Publicidad.
- 2.2. Nuevas Tecnologías de Producción.
- 2.3. Nuevas formas de Difusión.

**III. La radio como medio.**

- 3.1. ¿Medio de comunicación?
- 3.2. ¿Medio de información?
- 3.3. ¿Medio de expresión?

**IV. El lenguaje radiofónico.**

- 4.1. Definición de lenguaje y mensaje.
- 4.2. El mensaje sonoro de la radio.
- 4.3. El lenguaje radiofónico.

**V. La palabra radiofónica.**

- 5.1. La palabra.
- 5.2. El color de la palabra.
- 5.3. La melodía y armonía de la palabra.
- 5.4. El ritmo de la palabra radiofónica.

**VI. La música radiofónica.**

- 6.1. El valor de la música en la radio.
- 6.2. La relación música/palabra en la radio.
- 6.3. Funciones de la música en la radio.

**VII. Los efectos sonoros.**

- 7.1. Una breve historia de los efectos sonoros.
- 7.2. Definición de los efectos sonoros.
- 7.3. Funciones de los efectos sonoros.
- 7.4. Los efectos para voz y sus funciones.

**VIII. Formato Vs. Género**

- 8.1. El Género como modelo abstracto.
- 8.2. El Formato como molde concreto.
- 8.3. Compatibilidad entre formatos y géneros.

**IX. Clasificación de géneros desde tres perspectivas:**

- 9.1. Según el modo de producción de los mensajes.
- 9.2. Según la Intención del emisor.
- 9.3. Según la Segmentación de los Destinatarios.

**X. Tipos de Emisoras.**

- 10.1. Emisoras que operan ilegalmente: Insurgentes, piratas y fronterizas.
- 10.2. Emisoras que operan legalmente: Comerciales, culturales, oficiales, universitarias, indígenas y comunitarias.

**XI. El Guión.**

- 11.1. ¿Qué es un Guión?
- 11.2. ¿Para qué sirve un Guión?
- 11.3. Características Básicas del Guión.

**XII. ¿Qué es producir?**

- 12.1. El concepto de producción.
- 12.2. Las tres etapas de producción.
- 12.3. De la idea a la realización.
- 12.4. Producción en vivo vs. producción grabada.

**XIII. El sonido, materia prima de la producción radiofónica.**

- 13.1. La física y la percepción del sonido.
- 13.2. Características generales del sonido: Intensidad, frecuencia y tono.
- 13.3. Características generales de la música: Ritmo, melodía, armonía y timbre.

**XIV. Elementos básicos para la producción radiofónica.**

- 14.1. Fundamentos básicos de grabación análoga y digital.
- 14.2. Micrófonos, mezcladoras e interfaces.
- 14.3. Grabación.
- 14.4. Edición.
- 14.5. Mezcla.

**XV. Bases del audio digital.**

- 15.1. Muestreo: Conversión analógica-digital y viceversa.
- 15.2. Velocidad y tamaño de muestra.
- 15.3. Formatos de compresión de audio digital.
- 15.4. Fundamentos básicos de MIDI.

## XVI. Producción de spots.

- 16.1. Objetivos de la producción de spots.
- 16.2. Elementos de la publicidad de radio.
- 16.3. La música en los spots.
- 16.4. Radio imaging: Spots que promueven la estación.

### Criterios de evaluación:

1) Evaluaciones parciales	40%
2) Tareas y participación	30%
3) Evaluación final	30%
	100%

### Estrategias de enseñanza:

Con docente:

- Clase expositiva y demostrativa
- Exposición de investigaciones y experiencias
- Dinámicas grupales

De estudio independiente:

- Realizar investigaciones
- Análisis de casos, ensayos

### Instalaciones y equipo especial:

- Aula
- Proyector

### Recursos y tecnologías de la información:

- Cañón.
- Internet.

### Perfil Idóneo del docente:

- a. Nivel Educativo: Licenciatura.
- b. Área de conocimiento: Administración, Ciencias Sociales y Derecho.
- c. Campo laboral y profesional: Experiencia en producción radiofónica mínimo 1 año.
- d. Experiencia docente: 2 años a nivel Licenciatura.

**Orientaciones bibliográficas:**

- Gorka, Z., (2021), La radio: El acompañante silenciado. España. Ed. Kailas.
- Valencia, Juan C. (2018), Pensar, hacer y proyectar la radio universitaria en Hispanoamérica. Colombia. Editorial Pontificia Universidad Javeriana.



**Plan de Estudios:**  
**Licenciatura en Gestión de Negocios**  
**Programa de asignatura**

Asignatura: Optativa X: Legislación turística

Semestre: Séptimo

Modalidad: Escolar (Presencial)

Clave de la asignatura: 0410705-3

Clave de la asignatura seriada: n

Duración total en horas:	96	Horas totales docente:	64	Horas totales de estudio independiente:	32	Créditos:	6
--------------------------	----	------------------------	----	---	----	-----------	---

**Objetivo de la asignatura:**

Comprender los conocimientos mínimos indispensables para orientarse en el marco normativo aplicado al turismo, particularmente aquel que fundamenta la explotación de los bienes nacionales a través de la actividad turística, el que norma las obligaciones de los funcionarios públicos, y aquel que adjetiva la prestación de los servicios turísticos en nuestro país.

**Contenido temático:**

- I. El turismo como objeto de estudio del Derecho.**
  - 1.1. Concepto y naturaleza transdisciplinaria del turismo.
  - 1.2. La actividad turística como actividad estratégica del Estado.
  - 1.3. La propiedad originaria de la nación sobre los bienes nacionales.
- II. Marco normativo general de la actividad turística.**
  - 2.1. Concepto y naturaleza del derecho turístico como disciplina jurídica.
  - 2.2. Carácter dicotómico de la actividad turística.
  - 2.3. Las bases Constitucionales de la prestación del servicio turístico.
  - 2.4. La Ley General de Bienes Nacionales, aplicación general.
- III. Los sujetos del derecho turístico y su relación jurídica.**
  - 3.1. El turista, naturaleza jurídica de su condición según el derecho internacional privado.
  - 3.2. Obligaciones del prestador de servicios turísticos en la Ley Federal de Turismo y legislación aplicable en Yucatán.
- IV. Régimen jurídico del patrimonio natural susceptible de explotación turística.**
  - 4.1. El patrimonio natural, concepto local e internacional.
  - 4.2. La Ley General de Desarrollo Forestal Sustentable.
  - 4.3. Autoridades administrativas en materia de protección del patrimonio

- natural
- V. **Régimen jurídico del patrimonio cultural y artístico susceptible de explotación turística**
- 5.1. El patrimonio cultural y el patrimonio artístico, concepto local e Internacional
  - 5.2. Autoridades de supervisión y administración de las actividades turísticas.

**Criterios de evaluación:**

1) Evaluaciones parciales	40%
2) Tareas y participación	30%
3) Evaluación final	30%
	100%

**Estrategias de enseñanza:**

Con docente:

- Clase expositiva y demostrativa
- Exposición de investigaciones y experiencias
- Dinámicas grupales

De estudio independiente:

- Realizar investigaciones
- Análisis de casos, ensayos
- Lecturas recomendadas

**Instalaciones y equipo especial:**

- Proyector

**Recursos y tecnologías de la información:**

- Lap tops e internet

**Perfil Idóneo del docente:**

- a. Nivel Educativo: Licenciatura en Turismo, Administración, Mercadotecnia, Contaduría, Ciencias Sociales, Negocios internacionales, Ingeniero Ambiental
- b. Área de conocimiento: Ciencias Sociales, Administración y Derecho
- c. Campo laboral y profesional: Experiencia mínima de un año, a nivel gerencia o dirección en áreas del turismo o en área relacionada o poseer diploma de especialidad.
- d. Experiencia docente: 2 años en Licenciatura

### **Orientaciones bibliográficas:**

- Melgosa F. (2017). Código de turismo. La ley grupo wolters cluver.
- Normas oficiales mexicanas de turismo. (2018). México. Sectur.



**UNIVERSIDAD  
MODELO  
VALLADOLID**

**Plan de Estudios:  
Licenciatura en Gestión de Negocios  
Programa de asignatura**

Asignatura: Optativa X: Comercio electrónico

Semestre: Séptimo

Modalidad: Escolar (Presencial)

Clave de la asignatura: 0410705-4

Clave de la asignatura seriada: n

Duración total en horas:	96	Horas totales docente:	64	Horas totales de estudio independiente:	32	Créditos:	6
--------------------------	----	------------------------	----	---	----	-----------	---

**Objetivo de la asignatura:**

Explorar los diferentes modelos de comercio electrónico y su relación con el comercio tradicional.

**Contenido temático:**

1. Introducción al Comercio Electrónico
  - 1.1. Comercio electrónico: La revolución acaba de empezar
  - 1.2. Comercio electrónico una breve historia.
  - 1.3. Comprensión del comercio electrónico
2. Modelos de Comercio Electrónico
  - 2.1. Modelos de negocios del comercio electrónico
  - 2.2. Principales modelos de negocios tipo negocio a consumidor
  - 2.3. Principales modelos de negocios tipo negocio a negocio (B2B)
  - 2.4. Modelos de negocios en áreas emergentes del comercio electrónico
3. Internet y World Wide Web: la Infraestructura del Comercio Electrónico.
  - 3.1. Internet: historia de su tecnología
  - 3.2. Internet en la actualidad
  - 3.3. World Wide Web
  - 3.4. Internet y web: características
4. Seguridad en Línea y Sistemas de Pago
  - 4.1. El entorno de seguridad del comercio electrónico
  - 4.2. Amenazas de seguridad en el entorno del comercio electrónico
5. Conceptos de Marketing del Comercio Electrónico.
  - 5.1. El entorno de seguridad del comercio electrónico
  - 5.2. Amenazas de seguridad en el entorno del comercio electrónico
6. Ventas al Detalle y Servicios en Línea.
  - 6.1. El sector de ventas al detalle en línea
  - 6.2. Análisis de viabilidad de las empresas en línea

#### **Criterios de evaluación:**

1) Evaluaciones parciales	40%
2) Tareas y participación	30%
3) Evaluación final	30%
	100%

#### **Estrategias de enseñanza:**

Con docente:

- Clase expositiva y demostrativa
- Exposición de investigaciones y experiencias
- Dinámicas grupales

De estudio independiente:

- Realizar investigaciones
- Análisis de casos, ensayos
- Lecturas recomendadas

#### **Instalaciones y equipo especial:**

- Proyector

#### **Recursos y tecnologías de la información:**

- Lap tops e internet

#### **Perfil Idóneo del docente:**

- a. Nivel Educativo: Licenciado en Administración, Ingeniero Industrial, Licenciatura en Informática, Ingeniero de Software, Ingeniero en Sistemas Computacionales o Carrera Afín.
- b. Área de conocimiento: Ingeniería, Ciencias exactas y TIC
- c. Campo laboral y profesional: Experiencia mínima de un año, a nivel gerencia o dirección en áreas administrativas o en área relacionada o poseer diploma de especialidad.
- d. Experiencia Docente: Experiencia mínima de dos años a nivel licenciatura.

#### **Orientaciones bibliográficas:**

- Laudon, K. y Guercio, C. (2017) E-commerce: negocios, tecnología, sociedad. México. Pearson
- Moncalvo, A. (2017), Comercio electrónico para PYMES. México. Editorial Lectorum
- Hernández, E. (2019), Manual del comercio electrónico. México. Alfaomega.



**UNIVERSIDAD  
MODELO**

**Plan de Estudios:  
Licenciatura en Gestión de Negocios  
Programa de asignatura**

Asignatura: Optativa X: Mercadotecnia del servicio

Semestre: Séptimo

Modalidad: Escolar (Presencial)

Clave de la asignatura: 0410705-5

Clave de la asignatura seriada: n

Duración total en horas:	96	Horas totales docente:	64	Horas totales de estudio independiente:	32	Créditos:	6
--------------------------	----	------------------------	----	---	----	-----------	---

**Objetivo de la asignatura:**

Aplicar las técnicas de la mercadotecnia en las empresas de servicios, ya sea para satisfacer las necesidades inmediatas del consumidor o complementar el proceso de venta de bienes tangibles.

**Contenido temático:**

1. Ámbito y Contexto de la Mercadotecnia de Servicios.
  - 1.1. Relaciones de los servicios
  - 1.2. Origen de los servicios
  - 1.3. Factores del auge de los servicios
2. Mezcla de la Mercadotecnia de Servicios.
  - 2.1. Elementos de la mercadotecnia de servicios
  - 2.2. Clasificación de los servicios
  - 2.3. Relaciones y estrategias
3. Gestión de la Mercadotecnia Servicios
  - 3.1. Creación y prestación de servicios
  - 3.2. Plan de Mercadotecnia de servicios
  - 3.3. Entrega de la Investigación

**Criterios de evaluación:**

1) Evaluaciones parciales	40%
2) Tareas y participación	30%
3) Evaluación final	30%
	100%

### **Estrategias de enseñanza:**

Con docente:

- Clase expositiva y demostrativa
- Exposición de investigaciones y experiencias
- Dinámicas grupales

De estudio independiente:

- Realizar investigaciones
- Análisis de casos, ensayos
- Lecturas recomendadas

### **Instalaciones y equipo especial:**

- Proyector

### **Recursos y tecnologías de la información:**

- Lap tops e internet

### **Perfil Idóneo del docente:**

- a. Nivel Educativo: Licenciado en Administración, Licenciado en Mercadotecnia, Ingeniero Industrial o Carrera Afín.
- b. Área de conocimiento: Ciencias Sociales, Administración y Derecho
- c. Campo laboral y profesional: Experiencia mínima de un año, a nivel gerencia o dirección en áreas administrativas o en área relacionada o poseer diploma de especialidad.
- d. Experiencia docente: 2 años en Licenciatura

### **Orientaciones bibliográficas:**

- Zetiltaml, V. (2017), Marketing de servicios. México. Editorial McGraw Hill Interamericana
- Lamb, C. y Hair, J. (2017), Marketing. México. Editorial Cengage Learning.
- Lovelock, C. (2017), Administración de servicios: estrategia para la creación de valor en el nuevo paradigma de los negocios. México. Editorial Pearson,



**UNIVERSIDAD  
MODELO  
VALLADOLID**

**Plan de Estudios:  
Licenciatura en Gestión de Negocios  
Programa de asignatura**

Asignatura: Optativa X: Análisis y evaluación de puestos.

Semestre: Séptimo

Modalidad: Escolar (Presencial)

Clave de la asignatura: 0410705-6

Clave de la asignatura seriada: n

Duración total en horas:	96	Horas totales docente:	64	Horas totales de estudio independiente:	32	Créditos:	6
--------------------------	----	------------------------	----	---	----	-----------	---

**Objetivo de la asignatura:**

Identificar la técnica utilizada en el análisis y evaluación de puestos y el proceso de implementación en concordancia con los distintos puestos.

**Contenido temático:**

- I. Estructura organizacional e introducción al análisis de puestos.**
  - 1.1. Estructura organizacional.
  - 1.2. La técnica del análisis de puestos, beneficios y contribuciones a la administración de recursos humanos.
- II. Planeación en un programa de análisis de puestos.**
  - 2.1. Procedimiento preliminar para la implementación de un programa de análisis de puestos.
  - 2.2. Características del analista.
  - 2.3. Limitaciones y problemas de la aplicación del análisis de puestos.
- III. Técnica para el análisis de puestos**
  - 3.1. Procedimiento del análisis de puestos operativo.
  - 3.2. Ventajas y desventajas del uso de la informática para el análisis de puestos.
- IV. Análisis de puestos en diferentes niveles de la organización**
  - 4.1. Diferencias entre puesto operativo, puesto administrativo/medio y puesto directivo
  - 4.2. Estructura del análisis de puesto, procedimiento a nivel directivo

### **Criterios de evaluación:**

1) Evaluaciones parciales	40%
2) Tareas y participación	30%
3) Evaluación final	30%
	100%

### **Estrategias de enseñanza:**

Con docente:

- Clase expositiva y demostrativa
- Exposición de investigaciones y experiencias
- Dinámicas grupales

De estudio independiente:

- Realizar investigaciones
- Análisis de casos, ensayos
- Lecturas recomendadas

### **Instalaciones y equipo especial:**

- Proyector

### **Recursos y tecnologías de la información:**

- Lap tops e internet

### **Perfil Idóneo del docente:**

- a. Nivel Educativo: Licenciado en Derecho
- b. Área de conocimiento: Ciencias Sociales, Administración y Derecho
- c. Campo laboral y profesional: Experiencia mínima de un año, en Psicología industrial
- d. Experiencia docente: 2 años en Licenciatura

### **Orientaciones bibliográficas:**

- Bohlander, G. (2017). Administración de recursos humanos. E.U.A.Cengage Learning
- Caro, F. (2017). Gestión de empresas informativas. México: Mc Graw Hill
- Grados, J. (2017). Entrevista en las organizaciones. México: El Manual Moderno



**Plan de Estudios:**  
**Licenciatura en Gestión de Negocios**  
**Programa de asignatura**

Asignatura: Optativa X: Administración de instituciones deportivas.

Semestre: Séptimo

Modalidad: Escolar (Presencial)

Clave de la asignatura: 0410705-7

Clave de la asignatura seriada: n

Duración total en horas:	96	Horas totales docente:	64	Horas totales de estudio independiente:	32	Créditos:	6
--------------------------	----	------------------------	----	---	----	-----------	---

**Objetivo de la asignatura:**

Aplicar los principios básicos de la administración en el deporte, enfocados a la administración de instituciones deportivas.

**Contenido temático:**

**I. Introducción a la administración.**

- 1.1. Conceptos básicos de administración.
- 1.2. Formas empresariales.
- 1.3. Panorama empresarial mundial.
- 1.4. Administración deportiva.

**II. Estructuras administrativas.**

- 2.1. Organigrama.
- 2.2. Funcionograma.
- 2.3. Desarrollo de estrategias y objetivos.
- 2.4. Cualidades administrativas.
- 2.5. Matriz FODA.

**III. Áreas funcionales.**

- 3.1. Recursos humanos.
- 3.2. Producción.
- 3.3. Finanzas.
- 3.4. Mercadotecnia.

**IV. Reclutamiento, selección y contratación**

- 4.1. Perfiles y descripciones de puestos
- 4.2. Medios de reclutamiento
- 4.3. Selección de personal
- 4.4. Contratación
- 4.5. Entrevista

4.6. Evaluación psicométrica. Análisis

**V. Inducción y capacitación**

- 5.1. Proceso de inducción
- 5.2. Determinación de necesidades de capacitación deportiva
- 5.3. Elaboración de programas y cursos de capacitación
- 5.4. Evaluación de la capacitación deportiva

**VI. Conceptos básicos de contabilidad financiera**

- 6.1. Concepto de contabilidad financiera
- 6.2. Importancia de la contabilidad financiera
- 6.3. Clasificación de la contabilidad

**VII. La cuenta del balance**

- 7.1. Cuentas de activo
- 7.2. Cuentas de pasivo
- 7.3. Cuentas de capital contable
- 7.4. La partida doble

**VIII. Estados financieros básicos**

- 8.1. El balance general
- 8.2. El estado de resultados

**IX. Organización del tiempo administrativo**

- 9.1. Cronogramas
- 9.2. Organización del trabajo
- 9.3. Diseño de reuniones

**X. Ruta Crítica**

- 10.1. Conceptos y aplicaciones
- 10.2. Diseño de ruta crítica

**Criterios de evaluación:**

1) Evaluaciones parciales	40%
2) Tareas y participación	30%
3) Evaluación final	30%
	100%

**Estrategias de enseñanza:**

Con docente:

- Clase expositiva y demostrativa
- Exposición de investigaciones y experiencias
- Dinámicas grupales

De estudio independiente:

- Realizar investigaciones
- Análisis de casos, ensayos
- Lecturas recomendadas

### **Instalaciones y equipo especial:**

- Aula
- Proyector

### **Recursos y tecnologías de la información:**

- Cañón.
- Internet.

### **Perfil Idóneo del docente:**

- a. Nivel Educativo: Licenciatura
- b. Área de conocimiento: Ciencias de la Salud.
- c. Campo laboral y profesional: Experiencia 1 año en el área de administración deportiva.
- d. Experiencia docente: 2 años a nivel Licenciatura.

### **Orientaciones bibliográficas:**

- Mingo, R. (2018), Educación Física: Contenidos Conceptuales. México. Comares.
- García, M. (2017) Administración de eventos deportivos. México. Comares.



**UNIVERSIDAD  
MODELO  
VALLADOLID**

**Plan de Estudios:  
Licenciatura en Gestión de Negocios  
Programa de asignatura**

Asignatura: Optativa X: Programación web

Semestre: Séptimo

Modalidad: Escolar (Presencial)

Clave de la asignatura: 0410705-8

Clave de la asignatura seriada: n

Duración total en horas:	96	Horas totales docente:	64	Horas totales de estudio independiente:	32	Créditos:	6
--------------------------	----	------------------------	----	---	----	-----------	---

**Objetivo de la asignatura:**

Analizar problemas frecuentes que se presentan al programar entornos web.

**Contenido temático:**

- I. Introducción a la programación en JavaScript.**
  - 1.1. Conceptos básicos
  - 1.2. El lenguaje de programación JavaScript (Básica)
  - 1.3. El lenguaje de programación JavaScript (Avanzada)
- II. Modelado de objetos utilizando Java Script**
  - 2.1. DOM (Document Object Model)
  - 2.2. Eventos
  - 2.3. Formularios
  - 2.4. Detección y corrección de errores
- III. Desarrollo web utilizando jQuerry**
  - 3.1. Conceptos Básicos de jQuery
  - 3.2. El núcleo de jQuery
- IV. Utilización de Ajax en el desarrollo web**
  - 4.1. Primeros pasos con AJAX
  - 4.2. Relación de controles de AJAX
  - 4.3. Frameworks y librerías

**Criterios de evaluación:**

1) Evaluaciones parciales	40%
2) Tareas y participación	30%
3) Evaluación final	30%
	100%

### **Estrategias de enseñanza:**

Con docente:

- Clase expositiva y demostrativa
- Exposición de investigaciones y experiencias
- Dinámicas grupales

De estudio independiente:

- Realizar investigaciones
- Análisis de casos, ensayos
- Lecturas recomendadas

### **Instalaciones y equipo especial:**

- Proyector

### **Recursos y tecnologías de la información:**

- Lap tops e internet

### **Perfil Idóneo del docente:**

- a. Nivel Educativo: Licenciatura en: Diseño, Ciencias Computacionales, Informática, Ingeniería en Sistemas o afines.
- b. Área de conocimiento: Ingeniería, Ciencias exactas y TIC
- c. Campo laboral y profesional: en desarrollo de la programación de proyectos interactivos. Sólidamente capacitado para ejercer su profesión con ética y pensamiento crítico, a fin de contribuir al desarrollo integral de la sociedad, y capaz de proponer, con un espíritu laico, plural y democrático, respuestas a los problemas centrales del país y de la región. Ser un integrador de la cultura y la tecnología, de la ciencia y las humanidades, que dé respuesta a los requerimientos de la sociedad contemporánea.
- d. Experiencia Docente: Experiencia mínima de dos años a nivel licenciatura.

### **Orientaciones bibliográficas:**

- Gutiérrez, A. (2016), Desarrollo y Programación en Entornos Web. México. Edit. Alfa Omega
- Cardador, A. (2017), Programación con lenguajes de guion en páginas web., México. Edit. IC



**UNIVERSIDAD  
MODELO  
VALLADOLID**

**Plan de Estudios:  
Licenciatura en Gestión de Negocios  
Programa de asignatura**

Asignatura: Optativa X: Economía del desarrollo

Semestre: Séptimo

Modalidad: Escolar (Presencial)

Clave de la asignatura: 0410705-9

Clave de la asignatura seriada: n

Duración total en horas:	96	Horas totales docente:	64	Horas totales de estudio independiente:	32	Créditos	6
--------------------------	----	------------------------	----	---	----	----------	---

**Objetivo de la asignatura:**

Comprender los modelos de crecimiento económico que prevalecieron en el siglo XX, los procesos de transformación que replantearon el estudio del desarrollo desde la economía, así como los campos de estudio que se han expandido desde 1990 y el auge de la microeconomía.

**Contenido temático:**

**I. Modelos de crecimiento económico**

- 1.1. Modelos de crecimiento exógeno
- 1.2. Modelo Harrod Domar y la acumulación de factores de producción
- 1.3. Modelo de Solow y rendimientos decrecientes
- 1.4. Modelos de crecimiento endógeno
- 1.5. Modelo de Lucas
- 1.6. Modelo de Romer
- 1.7. Nuevas teorías de crecimiento
- 1.8. Capital humano
- 1.9. Tecnología
- 1.10. Instituciones

**II. Transformación económica**

- 2.1. Urbanización y migración rural
- 2.2. Transformación agrícola
- 2.3. Comercio
- 2.4. Sustentabilidad

**III. Microeconomía del desarrollo**

- 3.1. Herramientas y métodos de medición
- 3.2. Desigualdad
- 3.3. Pobreza
- 3.4. Empleo

### 3.5. Ingreso y ahorro en los hogares

#### Criterios de evaluación:

1) Evaluaciones parciales	40%
2) Tareas y participación	30%
3) Evaluación final	30%
	100%

#### Estrategias de enseñanza:

Con docente:

- Clase expositiva y demostrativa
- Exposición de investigaciones y experiencias
- Dinámicas grupales

De estudio independiente:

- Realizar investigaciones
- Análisis de casos, ensayos
- Lecturas recomendadas

#### Instalaciones y equipo especial:

- Aula.

#### Recursos y tecnologías de la información:

- Cañón
- Computadora
- Internet

#### Perfil Idóneo del docente:

- a. Nivel Educativo: Licenciatura
- b. Área de conocimiento: Ciencias sociales, administración y derecho
- c. Campo laboral y profesional: 2 años en puestos de prospectación económica
- d. Experiencia docente: 2 años en licenciatura

#### Orientaciones bibliográficas:

- Blanchard, O. (2017), Macroeconomics, México. Pearson
- Eckhard Siggel. (2016). Development Economics: A Policy Analysis Approach. Routledge.



**Plan de Estudios:**  
**Licenciatura en Gestión de Negocios**  
**Programa de asignatura**

**UNIVERSIDAD  
MODELO**

**VALLADOLID**

Asignatura: Optativa X: Simulación de sistemas logísticos y productivos

Semestre: Séptimo

Modalidad: Escolar (Presencial)

Clave de la asignatura: 0410705-10

Clave de la asignatura seriada: n

Duración total en horas:	96	Horas totales docente:	64	Horas totales de estudio independiente:	32	Créditos	6
--------------------------	----	------------------------	----	---	----	----------	---

**Objetivo de la asignatura:**

Simular con arena sistemas logísticos y productivos que le permitan conocer el funcionamiento del sistema real y mejorarlo.

**Contenido temático:**

**I. ¿Qué es simulación?**

- 1.1. Modelar
- 1.2. Que se puede modelar
- 1.3. Análisis de un sistema
- 1.4. Modelos logísticos o matemáticos
- 1.5. Simulación por computadora

**II. Conceptos fundamentales**

- 2.1. Ejemplo
- 2.2. El sistema
- 2.3. Metas del estudio
- 2.4. Partes de un modelo de simulación
- 2.5. Entidades
- 2.6. Atributos
- 2.7. Variables
- 2.8. Recursos
- 2.9. Colas
- 2.10. Registros estadísticos
- 2.11. Eventos
- 2.12. Reloj de simulación
- 2.13. Inicio y final
- 2.14. Simulación manual
- 2.15. Registros

- 2.16. Resultados
- 2.17. Aleatoriedad en la simulación
- 2.18. Entradas aleatorias
- 2.19. Salidas aleatorias
- 2.20. El proceso de simulación

### **III. Introducción a la arena**

- 3.1. Explorando arena
- 3.2. Abriendo un modelo
- 3.3. La ventana de arena
- 3.4. Módulos
- 3.5. Conociendo y construyendo un modelo
- 3.6. Módulo créate
- 3.7. Módulo entity
- 3.8. Módulo process
- 3.9. Módulo resource
- 3.10. Módulo queue
- 3.11. Animación de recursos y colas
- 3.12. Módulo dispose
- 3.13. Conectores de módulos
- 3.14. Graficas dinámicas
- 3.15. Dibujos
- 3.16. Condiciones de la corrida
- 3.17. Correr el modelo
- 3.18. Reportes

### **IV. Modelos básicos**

- 3.19. Modelo 1
- 3.20. Construcción del modelo
- 3.21. Resultados
- 3.22. Modelo 2
- 3.23. Recursos: calendario y estados
- 3.24. Calendarización de recursos
- 3.25. Fallas de recursos
- 3.26. Frecuencias
- 3.27. Análisis de resultados
- 3.28. Modelo 3
- 3.29. Animación de colas
- 3.30. Animación de entidades
- 3.31. Animación de recursos
- 3.32. Gráficas y variables
- 3.33. Análisis de datos: especificación de parámetros y distribución de un modelo
- 3.34. Determinita vs aleatorio
- 3.35. Recolección de datos
- 3.36. Aplicación de los datos
- 3.37. Input analyzer

### **V. Modelos productivos y logísticos**

- 3.38. Modelos al detalle
- 3.39. Nuevos conceptos de modelación

- 3.40. Llegadas no estacionarias
- 3.41. Colas restringidas
- 3.42. Decisiones de tres vías
- 3.43. Sets
- 3.44. Variables y expresiones
- 3.45. Submodelos
- 3.46. Estadísticas y animación
- 3.47. Simulación en estado final o estable
- 3.48. Construcción de un modelo
- 3.49. Definición de los datos
- 3.50. Creación de submodelos
- 3.51. Aplicación de los nuevos conceptos de simulación
- 3.52. Animación del modelo
- 3.53. Análisis de alternativas
- 3.54. Análisis del desempeño de un modelo
- 3.55. Condiciones de la corrida
- 3.56. Adaptación del modelo para medir desempeño
- 3.57. Costeo
- 3.58. Adaptación del modelo para analizar alternativas
- 3.59. Evaluación de alternativas
- 3.60. Process analyzer
- 3.61. OptQuest

#### **Criterios de evaluación:**

1) Evaluaciones parciales	40%
2) Tareas y participación	30%
3) Evaluación final	30%
	100%

#### **Estrategias de enseñanza:**

Con docente:

- Clase expositiva y demostrativa
- Exposición de investigaciones y experiencias
- Dinámicas grupales

De estudio independiente:

- Realizar investigaciones
- Análisis de casos, ensayos
- Lecturas recomendadas

#### **Instalaciones y equipo especial:**

- Aula.

### **Recursos y tecnologías de la información:**

- Cañón
- Computadora
- Internet

### **Perfil Idóneo del docente:**

- a. Nivel Educativo: Licenciatura
- b. Área de conocimiento: Ingeniería industrial o Logística
- c. Campo laboral y profesional: 2 años en puestos de prospectación económica
- d. Experiencia docente: 2 años en licenciatura

### **Orientaciones bibliográficas:**

- Rudd, J. (2019) A practical guide to logistics: An introduction to transport, warehousing, trade and distribution. EUA: Kogan Page.
- Montes, R. (2017) Introducción a la logística y transporte internacional. México: Indautor.



**Plan de Estudios:**  
**Licenciatura en Gestión de Negocios**  
**Programa de asignatura**

Asignatura: Optativa XI: Control y gestión  
Semestre: Séptimo  
Modalidad: Escolar (Presencial)  
Clave de la asignatura: 0410706-1  
Clave de la asignatura seriada: n

Duración total en horas:	96	Horas totales docente:	64	Horas totales de estudio independiente:	32	Créditos:	6
--------------------------	----	------------------------	----	---	----	-----------	---

**Objetivo de la asignatura:**

Diseñar sistemas de control de gestión, para la optimización de las funciones, actividades y procedimientos dentro de las organizaciones.

**Contenido temático:**

- I. Manual de Organización.**
  - 1.1. Manual de Organización.
  - 1.2. Elaboración del Manual de Organización
- II. Manual de Procedimientos.**
  - 2.1. Manual de Procedimientos.
  - 2.2. Metodología para el análisis y diseño de procedimientos

**Criterios de evaluación:**

1) Evaluaciones parciales	40%
2) Tareas y participación	30%
3) Evaluación final	30%
	100%

### **Estrategias de enseñanza:**

Con docente:

- Clase expositiva y demostrativa
- Exposición de investigaciones y experiencias
- Dinámicas grupales

De estudio independiente:

- Realizar investigaciones
- Análisis de casos, ensayos

### **Instalaciones y equipo especial:**

- Proyector

### **Recursos y tecnologías de la información:**

- Lap tops e internet

### **Perfil Idóneo del docente:**

- a. Nivel Educativo: Licenciado en Contaduría, Licenciado en Administración, Licenciado en Mercadotecnia o Carrera Afín.
- b. Área de conocimiento: Ciencias Sociales, Administración y Derecho
- c. Campo laboral y profesional: Experiencia mínima de un año, a nivel gerencia o dirección en áreas de administración, gestión, contabilidad o en área relacionada o poseer diploma de especialidad.
- d. Experiencia docente: 2 años en Licenciatura

### **Orientaciones bibliográficas:**

- Louffat, E. (2017) Organigramas y Manuales Organizacionales: Fundamentos para su Elaboración. México. ESAN
- Pereira, C. (2019) Control interno en las empresas: su aplicación y efectividad. México: Ed. Instituto Mexicano de Contadores Públicos.



**Plan de Estudios:**  
**Licenciatura en Gestión de Negocios**  
**Programa de asignatura**

Asignatura: Optativa XI: Diseño y producción radiofónica.

Semestre: Séptimo

Modalidad: Escolar (Presencial)

Clave de la asignatura: 0410706-2

Clave de la asignatura seriada: n

Duración total en horas:	96	Horas totales docente:	64	Horas totales de estudio independiente:	32	Créditos:	6
--------------------------	----	------------------------	----	---	----	-----------	---

**Objetivo de la asignatura:**

Analizar los fundamentos básicos en el diseño, manejo y contenido de producciones radiofónicas.

**Contenido temático:**

**I. Retrospectiva de la radio.**

- 1.1. 1920 a 1949: Creación, Desarrollo, Apogeo.
- 1.2. 1950 A 1979: La amenaza de la Televisión, El Rock salva a la Radio, El sonido FM y La Diversificación de la radio en los 70's.
- 1.3. 1980 a 1999: La Erosión de la Audiencia y Los "Talk Shows".

**II. La radio hoy.**

- 2.1. El dominio de la Publicidad.
- 2.2. Nuevas Tecnologías de Producción.
- 2.3. Nuevas formas de Difusión.

**III. La radio como medio.**

- 3.1. ¿Medio de comunicación?
- 3.2. ¿Medio de información?
- 3.3. ¿Medio de expresión?

**IV. El lenguaje radiofónico.**

- 4.1. Definición de lenguaje y mensaje.
- 4.2. El mensaje sonoro de la radio.
- 4.3. El lenguaje radiofónico.

**V. La palabra radiofónica.**

- 5.1. La palabra.
- 5.2. El color de la palabra.
- 5.3. La melodía y armonía de la palabra.
- 5.4. El ritmo de la palabra radiofónica.

**VI. La música radiofónica.**

- 6.1. El valor de la música en la radio.
- 6.2. La relación música/palabra en la radio.
- 6.3. Funciones de la música en la radio.

**VII. Los efectos sonoros.**

- 7.1. Una breve historia de los efectos sonoros.
- 7.2. Definición de los efectos sonoros.
- 7.3. Funciones de los efectos sonoros.
- 7.4. Los efectos para voz y sus funciones.

**VIII. Formato Vs. Género**

- 8.1. El Género como modelo abstracto.
- 8.2. El Formato como molde concreto.
- 8.3. Compatibilidad entre formatos y géneros.

**IX. Clasificación de géneros desde tres perspectivas:**

- 9.1. Según el modo de producción de los mensajes.
- 9.2. Según la Intención del emisor.
- 9.3. Según la Segmentación de los Destinatarios.

**X. Tipos de Emisoras.**

- 10.1. Emisoras que operan ilegalmente: Insurgentes, piratas y fronterizas.
- 10.2. Emisoras que operan legalmente: Comerciales, culturales, oficiales, universitarias, indígenas y comunitarias.

**XI. El Guión.**

- 11.1. ¿Qué es un Guión?
- 11.2. ¿Para qué sirve un Guión?
- 11.3. Características Básicas del Guión.

**XII. ¿Qué es producir?**

- 12.1. El concepto de producción.
- 12.2. Las tres etapas de producción.
- 12.3. De la idea a la realización.
- 12.4. Producción en vivo vs. producción grabada.

**XIII. El sonido, materia prima de la producción radiofónica.**

- 13.1. La física y la percepción del sonido.
- 13.2. Características generales del sonido: Intensidad, frecuencia y tono.
- 13.3. Características generales de la música: Ritmo, melodía, armonía y timbre.

**XIV. Elementos básicos para la producción radiofónica.**

- 14.1. Fundamentos básicos de grabación análoga y digital.
- 14.2. Micrófonos, mezcladoras e interfaces.
- 14.3. Grabación.
- 14.4. Edición.
- 14.5. Mezcla.

**XV. Bases del audio digital.**

- 15.1. Muestreo: Conversión analógica-digital y viceversa.
- 15.2. Velocidad y tamaño de muestra.
- 15.3. Formatos de compresión de audio digital.
- 15.4. Fundamentos básicos de MIDI.

## XVI. Producción de spots.

- 16.1. Objetivos de la producción de spots.
- 16.2. Elementos de la publicidad de radio.
- 16.3. La música en los spots.
- 16.4. Radio imaging: Spots que promueven la estación.

### Criterios de evaluación:

1) Evaluaciones parciales	40%
2) Tareas y participación	30%
3) Evaluación final	30%
	100%

### Estrategias de enseñanza:

Con docente:

- Clase expositiva y demostrativa
- Exposición de investigaciones y experiencias
- Dinámicas grupales

De estudio independiente:

- Realizar investigaciones
- Análisis de casos, ensayos

### Instalaciones y equipo especial:

- Aula
- Proyector

### Recursos y tecnologías de la información:

- Cañón.
- Internet.

### Perfil Idóneo del docente:

- a. Nivel Educativo: Licenciatura.
- b. Área de conocimiento: Administración, Ciencias Sociales y Derecho.
- c. Campo laboral y profesional: Experiencia en producción radiofónica mínimo 1 año.
- d. Experiencia docente: 2 años a nivel Licenciatura.

### **Orientaciones bibliográficas:**

- Gorka, Z., (2021), La radio: El acompañante silenciado. España. Ed. Kailas.
- Valencia, Juan C. (2018), Pensar, hacer y proyectar la radio universitaria en Hispanoamérica. Colombia. Editorial Pontificia Universidad Javeriana.



**Plan de Estudios:**  
**Licenciatura en Gestión de Negocios**  
**Programa de asignatura**

Asignatura: Optativa XI: Legislación turística

Semestre: Séptimo

Modalidad: Escolar (Presencial)

Clave de la asignatura: 0410706-3

Clave de la asignatura seriada: n

Duración total en horas:	96	Horas totales docente:	64	Horas totales de estudio independiente:	32	Créditos:	6
--------------------------	----	------------------------	----	---	----	-----------	---

**Objetivo de la asignatura:**

Comprender los conocimientos mínimos indispensables para orientarse en el marco normativo aplicado al turismo, particularmente aquel que fundamenta la explotación de los bienes nacionales a través de la actividad turística, el que norma las obligaciones de los funcionarios públicos, y aquel que adjetiva la prestación de los servicios turísticos en nuestro país.

**Contenido temático:**

- I. El turismo como objeto de estudio del Derecho.**
  - 1.1. Concepto y naturaleza transdisciplinaria del turismo.
  - 1.2. La actividad turística como actividad estratégica del Estado.
  - 1.3. La propiedad originaria de la nación sobre los bienes nacionales.
- II. Marco normativo general de la actividad turística.**
  - 2.1. Concepto y naturaleza del derecho turístico como disciplina jurídica.
  - 2.2. Carácter dicotómico de la actividad turística.
  - 2.3. Las bases Constitucionales de la prestación del servicio turístico.
  - 2.4. La Ley General de Bienes Nacionales, aplicación general.
- III. Los sujetos del derecho turístico y su relación jurídica.**
  - 3.1. El turista, naturaleza jurídica de su condición según el derecho internacional privado.
  - 3.2. Obligaciones del prestador de servicios turísticos en la Ley Federal de Turismo y legislación aplicable en Yucatán.
- IV. Régimen jurídico del patrimonio natural susceptible de explotación turística.**
  - 4.1. El patrimonio natural, concepto local e internacional.
  - 4.2. La Ley General de Desarrollo Forestal Sustentable.
  - 4.3. Autoridades administrativas en materia de protección del patrimonio

- natural
- V. **Régimen jurídico del patrimonio cultural y artístico susceptible de explotación turística**
- 5.1. El patrimonio cultural y el patrimonio artístico, concepto local e Internacional
  - 5.2. Autoridades de supervisión y administración de las actividades turísticas.

**Criterios de evaluación:**

1) Evaluaciones parciales	40%
2) Tareas y participación	30%
3) Evaluación final	30%
	100%

**Estrategias de enseñanza:**

Con docente:

- Clase expositiva y demostrativa
- Exposición de investigaciones y experiencias
- Dinámicas grupales

De estudio independiente:

- Realizar investigaciones
- Análisis de casos, ensayos
- Lecturas recomendadas

**Instalaciones y equipo especial:**

- Proyector

**Recursos y tecnologías de la información:**

- Lap tops e internet

**Perfil Idóneo del docente:**

- a. Nivel Educativo: Licenciatura en Turismo, Administración, Mercadotecnia, Contaduría, Ciencias Sociales, Negocios internacionales, Ingeniero Ambiental
- b. Área de conocimiento: Ciencias Sociales, Administración y Derecho
- c. Campo laboral y profesional: Experiencia mínima de un año, a nivel gerencia o dirección en áreas del turismo o en área relacionada o poseer diploma de especialidad.
- d. Experiencia docente: 2 años en Licenciatura

### **Orientaciones bibliográficas:**

- Melgosa F. (2017). Código de turismo. La ley grupo wolters cluver.
- Normas oficiales mexicanas de turismo. (2018). México. Sectur.



**UNIVERSIDAD  
MODELO  
VALLADOLID**

**Plan de Estudios:  
Licenciatura en Gestión de Negocios  
Programa de asignatura**

Asignatura: Optativa XI: Comercio electrónico

Semestre: Séptimo

Modalidad: Escolar (Presencial)

Clave de la asignatura: 0410706-4

Clave de la asignatura seriada: n

Duración total en horas:	96	Horas totales docente:	64	Horas totales de estudio independiente:	32	Créditos:	6
--------------------------	----	------------------------	----	---	----	-----------	---

**Objetivo de la asignatura:**

Explorar los diferentes modelos de comercio electrónico y su relación con el comercio tradicional.

**Contenido temático:**

1. Introducción al Comercio Electrónico
  - 1.1. Comercio electrónico: La revolución acaba de empezar
  - 1.2. Comercio electrónico una breve historia.
  - 1.3. Comprensión del comercio electrónico
2. Modelos de Comercio Electrónico
  - 2.1. Modelos de negocios del comercio electrónico
  - 2.2. Principales modelos de negocios tipo negocio a consumidor
  - 2.3. Principales modelos de negocios tipo negocio a negocio (B2B)
  - 2.4. Modelos de negocios en áreas emergentes del comercio electrónico
3. Internet y World Wide Web: la Infraestructura del Comercio Electrónico.
  - 3.1. Internet: historia de su tecnología
  - 3.2. Internet en la actualidad
  - 3.3. World Wide Web
  - 3.4. Internet y web: características
4. Seguridad en Línea y Sistemas de Pago
  - 4.1. El entorno de seguridad del comercio electrónico
  - 4.2. Amenazas de seguridad en el entorno del comercio electrónico
5. Conceptos de Marketing del Comercio Electrónico.
  - 5.1. El entorno de seguridad del comercio electrónico
  - 5.2. Amenazas de seguridad en el entorno del comercio electrónico
6. Ventas al Detalle y Servicios en Línea.
  - 6.1. El sector de ventas al detalle en línea
  - 6.2. Análisis de viabilidad de las empresas en línea

### Criterios de evaluación:

1) Evaluaciones parciales	40%
2) Tareas y participación	30%
3) Evaluación final	30%
	100%

### Estrategias de enseñanza:

Con docente:

- Clase expositiva y demostrativa
- Exposición de investigaciones y experiencias
- Dinámicas grupales

De estudio independiente:

- Realizar investigaciones
- Análisis de casos, ensayos
- Lecturas recomendadas

### Instalaciones y equipo especial:

- Proyector

### Recursos y tecnologías de la información:

- Lap tops e internet

### Perfil Idóneo del docente:

- a. Nivel Educativo: Licenciado en Administración, Ingeniero Industrial, Licenciatura en Informática, Ingeniero de Software, Ingeniero en Sistemas Computacionales o Carrera Afín.
- b. Área de conocimiento: Ingeniería, Ciencias exactas y TIC
- c. Campo laboral y profesional: Experiencia mínima de un año, a nivel gerencia o dirección en áreas administrativas o en área relacionada o poseer diploma de especialidad.
- d. Experiencia Docente: Experiencia mínima de dos años a nivel licenciatura.

### Orientaciones bibliográficas:

- Laudon, K. y Guercio, C. (2017) E-commerce: negocios, tecnología, sociedad. México. Pearson
- Moncalvo, A. (2017), Comercio electrónico para PYMES. México. Editorial Lectorum
- Hernández, E. (2019), Manual del comercio electrónico. México. Alfaomega.



**UNIVERSIDAD  
MODELO**

**Plan de Estudios:  
Licenciatura en Gestión de Negocios  
Programa de asignatura**

Asignatura: Optativa XI: Mercadotecnia del servicio

Semestre: Séptimo

Modalidad: Escolar (Presencial)

Clave de la asignatura: 0410706-5

Clave de la asignatura seriada: n

Duración total en horas:	96	Horas totales docente:	64	Horas totales de estudio independiente:	32	Créditos:	6
--------------------------	----	------------------------	----	---	----	-----------	---

**Objetivo de la asignatura:**

Aplicar las técnicas de la mercadotecnia en las empresas de servicios, ya sea para satisfacer las necesidades inmediatas del consumidor o complementar el proceso de venta de bienes tangibles.

**Contenido temático:**

1. Ámbito y Contexto de la Mercadotecnia de Servicios.
  - 1.1. Relaciones de los servicios
  - 1.2. Origen de los servicios
  - 1.3. Factores del auge de los servicios
2. Mezcla de la Mercadotecnia de Servicios.
  - 2.1. Elementos de la mercadotecnia de servicios
  - 2.2. Clasificación de los servicios
  - 2.3. Relaciones y estrategias
3. Gestión de la Mercadotecnia Servicios
  - 3.1. Creación y prestación de servicios
  - 3.2. Plan de Mercadotecnia de servicios
  - 3.3. Entrega de la Investigación

**Criterios de evaluación:**

1) Evaluaciones parciales	40%
2) Tareas y participación	30%
3) Evaluación final	30%
	100%

### **Estrategias de enseñanza:**

Con docente:

- Clase expositiva y demostrativa
- Exposición de investigaciones y experiencias
- Dinámicas grupales

De estudio independiente:

- Realizar investigaciones
- Análisis de casos, ensayos
- Lecturas recomendadas

### **Instalaciones y equipo especial:**

- Proyector

### **Recursos y tecnologías de la información:**

- Lap tops e internet

### **Perfil Idóneo del docente:**

- a. Nivel Educativo: Licenciado en Administración, Licenciado en Mercadotecnia, Ingeniero Industrial o Carrera Afín.
- b. Área de conocimiento: Ciencias Sociales, Administración y Derecho
- c. Campo laboral y profesional: Experiencia mínima de un año, a nivel gerencia o dirección en áreas administrativas o en área relacionada o poseer diploma de especialidad.
- d. Experiencia docente: 2 años en Licenciatura

### **Orientaciones bibliográficas:**

- Zetiltaml, V. (2017), Marketing de servicios. México. Editorial McGraw Hill Interamericana
- Lamb, C. y Hair, J. (2017), Marketing. México. Editorial Cengage Learning.
- Lovelock, C. (2017), Administración de servicios: estrategia para la creación de valor en el nuevo paradigma de los negocios. México. Editorial Pearson,



**Plan de Estudios:**  
**Licenciatura en Gestión de Negocios**  
**Programa de asignatura**

Asignatura: Optativa XI: Análisis y evaluación de puestos.

Semestre: Séptimo

Modalidad: Escolar (Presencial)

Clave de la asignatura: 0410706-6

Clave de la asignatura seriada: n

Duración total en horas:	96	Horas totales docente:	64	Horas totales de estudio independiente:	32	Créditos:	6
--------------------------	----	------------------------	----	---	----	-----------	---

**Objetivo de la asignatura:**

Identificar la técnica utilizada en el análisis y evaluación de puestos y el proceso de implementación en concordancia con los distintos puestos.

**Contenido temático:**

- I. Estructura organizacional e introducción al análisis de puestos.**
  - 1.1. Estructura organizacional.
  - 1.2. La técnica del análisis de puestos, beneficios y contribuciones a la administración de recursos humanos.
- II. Planeación en un programa de análisis de puestos.**
  - 2.1. Procedimiento preliminar para la implementación de un programa de análisis de puestos.
  - 2.2. Características del analista.
  - 2.3. Limitaciones y problemas de la aplicación del análisis de puestos.
- III. Técnica para el análisis de puestos**
  - 3.1. Procedimiento del análisis de puestos operativo.
  - 3.2. Ventajas y desventajas del uso de la informática para el análisis de puestos.
- IV. Análisis de puestos en diferentes niveles de la organización**
  - 4.1. Diferencias entre puesto operativo, puesto administrativo/medio y puesto directivo
  - 4.2. Estructura del análisis de puesto, procedimiento a nivel directivo

### **Criterios de evaluación:**

1) Evaluaciones parciales	40%
2) Tareas y participación	30%
3) Evaluación final	30%
	100%

### **Estrategias de enseñanza:**

Con docente:

- Clase expositiva y demostrativa
- Exposición de investigaciones y experiencias
- Dinámicas grupales

De estudio independiente:

- Realizar investigaciones
- Análisis de casos, ensayos
- Lecturas recomendadas

### **Instalaciones y equipo especial:**

- Proyector

### **Recursos y tecnologías de la información:**

- Lap tops e internet

### **Perfil Idóneo del docente:**

- a. Nivel Educativo: Licenciado en Derecho
- b. Área de conocimiento: Ciencias Sociales, Administración y Derecho
- c. Campo laboral y profesional: Experiencia mínima de un año, en Psicología industrial
- d. Experiencia docente: 2 años en Licenciatura

### **Orientaciones bibliográficas:**

- Bohlander, G. (2017). Administración de recursos humanos. E.U.A.Cengage Learning
- Caro, F. (2017). Gestión de empresas informativas. México: Mc Graw Hill
- Grados, J. (2017). Entrevista en las organizaciones. México: El Manual Moderno



**UNIVERSIDAD  
MODELO  
VALLADOLID**

**Plan de Estudios:  
Licenciatura en Gestión de Negocios  
Programa de asignatura**

Asignatura: Optativa XI: Administración de instituciones deportivas.

Semestre: Séptimo

Modalidad: Escolar (Presencial)

Clave de la asignatura: 0410706-7

Clave de la asignatura seriada: n

Duración total en horas:	96	Horas totales docente:	64	Horas totales de estudio independiente:	32	Créditos:	6
--------------------------	----	------------------------	----	---	----	-----------	---

**Objetivo de la asignatura:**

Aplicar los principios básicos de la administración en el deporte, enfocados a la administración de instituciones deportivas.

**Contenido temático:**

**I. Introducción a la administración.**

- 1.1. Conceptos básicos de administración.
- 1.2. Formas empresariales.
- 1.3. Panorama empresarial mundial.
- 1.4. Administración deportiva.

**II. Estructuras administrativas.**

- 2.1. Organigrama.
- 2.2. Funcionograma.
- 2.3. Desarrollo de estrategias y objetivos.
- 2.4. Cualidades administrativas.
- 2.5. Matriz FODA.

**III. Áreas funcionales.**

- 3.1. Recursos humanos.
- 3.2. Producción.
- 3.3. Finanzas.
- 3.4. Mercadotecnia.

**IV. Reclutamiento, selección y contratación**

- 4.1. Perfiles y descripciones de puestos
- 4.2. Medios de reclutamiento
- 4.3. Selección de personal
- 4.4. Contratación
- 4.5. Entrevista

4.6. Evaluación psicométrica. Análisis

**V. Inducción y capacitación**

- 5.1. Proceso de inducción
- 5.2. Determinación de necesidades de capacitación deportiva
- 5.3. Elaboración de programas y cursos de capacitación
- 5.4. Evaluación de la capacitación deportiva

**VI. Conceptos básicos de contabilidad financiera**

- 6.1. Concepto de contabilidad financiera
- 6.2. Importancia de la contabilidad financiera
- 6.3. Clasificación de la contabilidad

**VII. La cuenta del balance**

- 7.1. Cuentas de activo
- 7.2. Cuentas de pasivo
- 7.3. Cuentas de capital contable
- 7.4. La partida doble

**VIII. Estados financieros básicos**

- 8.1. El balance general
- 8.2. El estado de resultados

**IX. Organización del tiempo administrativo**

- 9.1. Cronogramas
- 9.2. Organización del trabajo
- 9.3. Diseño de reuniones

**X. Ruta Crítica**

- 10.1. Conceptos y aplicaciones
- 10.2. Diseño de ruta crítica

**Criterios de evaluación:**

1) Evaluaciones parciales	40%
2) Tareas y participación	30%
3) Evaluación final	30%
	100%

**Estrategias de enseñanza:**

Con docente:

- Clase expositiva y demostrativa
- Exposición de investigaciones y experiencias
- Dinámicas grupales

De estudio independiente:

- Realizar investigaciones
- Análisis de casos, ensayos
- Lecturas recomendadas

### **Instalaciones y equipo especial:**

- Aula
- Proyector

### **Recursos y tecnologías de la información:**

- Cañón.
- Internet.

### **Perfil Idóneo del docente:**

- a. Nivel Educativo: Licenciatura
- b. Área de conocimiento: Ciencias de la Salud.
- c. Campo laboral y profesional: Experiencia 1 año en el área de administración deportiva.
- d. Experiencia docente: 2 años a nivel Licenciatura.

### **Orientaciones bibliográficas:**

- Mingo, R. (2018), Educación Física: Contenidos Conceptuales. México. Comares.
- García, M. (2017) Administración de eventos deportivos. México. Comares.



**UNIVERSIDAD  
MODELO  
VALLADOLID**

**Plan de Estudios:  
Licenciatura en Gestión de Negocios  
Programa de asignatura**

Asignatura: Optativa XI: Programación web

Semestre: Séptimo

Modalidad: Escolar (Presencial)

Clave de la asignatura: 0410706-8

Clave de la asignatura seriada: n

Duración total en horas:	96	Horas totales docente:	64	Horas totales de estudio independiente:	32	Créditos:	6
--------------------------	----	------------------------	----	---	----	-----------	---

**Objetivo de la asignatura:**

Analizar problemas frecuentes que se presentan al programar entornos web.

**Contenido temático:**

- I. Introducción a la programación en JavaScript.**
  - 1.1. Conceptos básicos
  - 1.2. El lenguaje de programación JavaScript (Básica)
  - 1.3. El lenguaje de programación JavaScript (Avanzada)
- II. Modelado de objetos utilizando Java Script**
  - 2.1. DOM (Document Object Model)
  - 2.2. Eventos
  - 2.3. Formularios
  - 2.4. Detección y corrección de errores
- III. Desarrollo web utilizando jQuerry**
  - 3.1. Conceptos Básicos de jQuery
  - 3.2. El núcleo de jQuery
- IV. Utilización de Ajax en el desarrollo web**
  - 4.1. Primeros pasos con AJAX
  - 4.2. Relación de controles de AJAX
  - 4.3. Frameworks y librerías

**Criterios de evaluación:**

1) Evaluaciones parciales	40%
2) Tareas y participación	30%
3) Evaluación final	30%
	100%

### **Estrategias de enseñanza:**

Con docente:

- Clase expositiva y demostrativa
- Exposición de investigaciones y experiencias
- Dinámicas grupales

De estudio independiente:

- Realizar investigaciones
- Análisis de casos, ensayos
- Lecturas recomendadas

### **Instalaciones y equipo especial:**

- Proyector

### **Recursos y tecnologías de la información:**

- Lap tops e internet

### **Perfil Idóneo del docente:**

- a. Nivel Educativo: Licenciatura en: Diseño, Ciencias Computacionales, Informática, Ingeniería en Sistemas o afines.
- b. Área de conocimiento: Ingeniería, Ciencias exactas y TIC
- c. Campo laboral y profesional: en desarrollo de la programación de proyectos interactivos. Sólidamente capacitado para ejercer su profesión con ética y pensamiento crítico, a fin de contribuir al desarrollo integral de la sociedad, y capaz de proponer, con un espíritu laico, plural y democrático, respuestas a los problemas centrales del país y de la región. Ser un integrador de la cultura y la tecnología, de la ciencia y las humanidades, que dé respuesta a los requerimientos de la sociedad contemporánea.
- d. Experiencia Docente: Experiencia mínima de dos años a nivel licenciatura.

### **Orientaciones bibliográficas:**

- Gutiérrez, A. (2016), Desarrollo y Programación en Entornos Web. México. Edit. Alfa Omega
- Cardador, A. (2017), Programación con lenguajes de guion en páginas web., México. Edit. IC



**UNIVERSIDAD  
MODELO  
VALLADOLID**

**Plan de Estudios:  
Licenciatura en Gestión de Negocios  
Programa de asignatura**

Asignatura: Optativa XI: Economía del desarrollo

Semestre: Séptimo

Modalidad: Escolar (Presencial)

Clave de la asignatura: 0410706-9

Clave de la asignatura seriada: n

Duración total en horas:	96	Horas totales docente:	64	Horas totales de estudio independiente:	32	Créditos	6
--------------------------	----	------------------------	----	---	----	----------	---

**Objetivo de la asignatura:**

Comprender los modelos de crecimiento económico que prevalecieron en el siglo XX, los procesos de transformación que replantearon el estudio del desarrollo desde la economía, así como los campos de estudio que se han expandido desde 1990 y el auge de la microeconomía.

**Contenido temático:**

**I. Modelos de crecimiento económico**

- 1.1. Modelos de crecimiento exógeno
- 1.2. Modelo Harrod Domar y la acumulación de factores de producción
- 1.3. Modelo de Solow y rendimientos decrecientes
- 1.4. Modelos de crecimiento endógeno
- 1.5. Modelo de Lucas
- 1.6. Modelo de Romer
- 1.7. Nuevas teorías de crecimiento
- 1.8. Capital humano
- 1.9. Tecnología
- 1.10. Instituciones

**II. Transformación económica**

- 2.1. Urbanización y migración rural
- 2.2. Transformación agrícola
- 2.3. Comercio
- 2.4. Sustentabilidad

**III. Microeconomía del desarrollo**

- 3.1. Herramientas y métodos de medición
- 3.2. Desigualdad
- 3.3. Pobreza
- 3.4. Empleo

### 3.5. Ingreso y ahorro en los hogares

#### Criterios de evaluación:

1) Evaluaciones parciales	40%
2) Tareas y participación	30%
3) Evaluación final	30%
	100%

#### Estrategias de enseñanza:

Con docente:

- Clase expositiva y demostrativa
- Exposición de investigaciones y experiencias
- Dinámicas grupales

De estudio independiente:

- Realizar investigaciones
- Análisis de casos, ensayos
- Lecturas recomendadas

#### Instalaciones y equipo especial:

- Aula.

#### Recursos y tecnologías de la información:

- Cañón
- Computadora
- Internet

#### Perfil Idóneo del docente:

- a. Nivel Educativo: Licenciatura
- b. Área de conocimiento: Ciencias sociales, administración y derecho
- c. Campo laboral y profesional: 2 años en puestos de prospectación económica
- d. Experiencia docente: 2 años en licenciatura

#### Orientaciones bibliográficas:

- Blanchard, O. (2017), Macroeconomics, México. Pearson
- Eckhard Siggel. (2016). Development Economics: A Policy Analysis Approach. Routledge.



**Plan de Estudios:**  
**Licenciatura en Gestión de Negocios**  
**Programa de asignatura**

Asignatura: Optativa XI: Simulación de sistemas logísticos y productivos

Semestre: Séptimo

Modalidad: Escolar (Presencial)

Clave de la asignatura: 0410706-10

Clave de la asignatura seriada: n

Duración total en horas:	96	Horas totales docente:	64	Horas totales de estudio independiente:	32	Créditos	6
--------------------------	----	------------------------	----	---	----	----------	---

**Objetivo de la asignatura:**

Simular con arena sistemas logísticos y productivos que le permitan conocer el funcionamiento del sistema real y mejorarlo.

**Contenido temático:**

**I. ¿Qué es simulación?**

- 1.1. Modelar
- 1.2. Que se puede modelar
- 1.3. Análisis de un sistema
- 1.4. Modelos logísticos o matemáticos
- 1.5. Simulación por computadora

**II. Conceptos fundamentales**

- 2.1. Ejemplo
- 2.2. El sistema
- 2.3. Metas del estudio
- 2.4. Partes de un modelo de simulación
- 2.5. Entidades
- 2.6. Atributos
- 2.7. Variables
- 2.8. Recursos
- 2.9. Colas
- 2.10. Registros estadísticos
- 2.11. Eventos
- 2.12. Reloj de simulación
- 2.13. Inicio y final
- 2.14. Simulación manual
- 2.15. Registros

- 2.16. Resultados
- 2.17. Aleatoriedad en la simulación
- 2.18. Entradas aleatorias
- 2.19. Salidas aleatorias
- 2.20. El proceso de simulación

### **III. Introducción a la arena**

- 3.1. Explorando arena
- 3.2. Abriendo un modelo
- 3.3. La ventana de arena
- 3.4. Módulos
- 3.5. Conociendo y construyendo un modelo
- 3.6. Módulo créate
- 3.7. Módulo entity
- 3.8. Módulo process
- 3.9. Módulo resource
- 3.10. Módulo queue
- 3.11. Animación de recursos y colas
- 3.12. Módulo dispose
- 3.13. Conectores de módulos
- 3.14. Graficas dinámicas
- 3.15. Dibujos
- 3.16. Condiciones de la corrida
- 3.17. Correr el modelo
- 3.18. Reportes

### **IV. Modelos básicos**

- 3.19. Modelo 1
- 3.20. Construcción del modelo
- 3.21. Resultados
- 3.22. Modelo 2
- 3.23. Recursos: calendario y estados
- 3.24. Calendarización de recursos
- 3.25. Fallas de recursos
- 3.26. Frecuencias
- 3.27. Análisis de resultados
- 3.28. Modelo 3
- 3.29. Animación de colas
- 3.30. Animación de entidades
- 3.31. Animación de recursos
- 3.32. Gráficas y variables
- 3.33. Análisis de datos: especificación de parámetros y distribución de un modelo
- 3.34. Determinita vs aleatorio
- 3.35. Recolección de datos
- 3.36. Aplicación de los datos
- 3.37. Input analyzer

### **V. Modelos productivos y logísticos**

- 3.38. Modelos al detalle
- 3.39. Nuevos conceptos de modelación

- 3.40. Llegadas no estacionarias
- 3.41. Colas restringidas
- 3.42. Decisiones de tres vías
- 3.43. Sets
- 3.44. Variables y expresiones
- 3.45. Submodelos
- 3.46. Estadísticas y animación
- 3.47. Simulación en estado final o estable
- 3.48. Construcción de un modelo
- 3.49. Definición de los datos
- 3.50. Creación de submodelos
- 3.51. Aplicación de los nuevos conceptos de simulación
- 3.52. Animación del modelo
- 3.53. Análisis de alternativas
- 3.54. Análisis del desempeño de un modelo
- 3.55. Condiciones de la corrida
- 3.56. Adaptación del modelo para medir desempeño
- 3.57. Costeo
- 3.58. Adaptación del modelo para analizar alternativas
- 3.59. Evaluación de alternativas
- 3.60. Process analyzer
- 3.61. OptQuest

#### **Criterios de evaluación:**

1) Evaluaciones parciales	40%
2) Tareas y participación	30%
3) Evaluación final	30%
	100%

#### **Estrategias de enseñanza:**

Con docente:

- Clase expositiva y demostrativa
- Exposición de investigaciones y experiencias
- Dinámicas grupales

De estudio independiente:

- Realizar investigaciones
- Análisis de casos, ensayos
- Lecturas recomendadas

#### **Instalaciones y equipo especial:**

- Aula.

### **Recursos y tecnologías de la información:**

- Cañón
- Computadora
- Internet

### **Perfil Idóneo del docente:**

- a. Nivel Educativo: Licenciatura
- b. Área de conocimiento: Ingeniería industrial o Logística
- c. Campo laboral y profesional: 2 años en puestos de prospectación económica
- d. Experiencia docente: 2 años en licenciatura

### **Orientaciones bibliográficas:**

- Rudd, J. (2019) A practical guide to logistics: An introduction to transport, warehousing, trade and distribution. EUA: Kogan Page.
- Montes, R. (2017) Introducción a la logística y transporte internacional. México: Indautor.



**Plan de Estudios:**  
**Licenciatura en Gestión de Negocios**  
**Programa de asignatura**

Asignatura: Optativa XII: Control y gestión

Semestre: Séptimo

Modalidad: Escolar (Presencial)

Clave de la asignatura: 0410707-1

Clave de la asignatura seriada: n

Duración total en horas:	96	Horas totales docente:	64	Horas totales de estudio independiente:	32	Créditos:	6
--------------------------	----	------------------------	----	---	----	-----------	---

**Objetivo de la asignatura:**

Diseñar sistemas de control de gestión, para la optimización de las funciones, actividades y procedimientos dentro de las organizaciones.

**Contenido temático:**

**I. Manual de Organización.**

- 1.1. Manual de Organización.
- 1.2. Elaboración del Manual de Organización

**II. Manual de Procedimientos.**

- 2.1. Manual de Procedimientos.
- 2.2. Metodología para el análisis y diseño de procedimientos

**Criterios de evaluación:**

1) Evaluaciones parciales	40%
2) Tareas y participación	30%
3) Evaluación final	30%
	100%

### **Estrategias de enseñanza:**

Con docente:

- Clase expositiva y demostrativa
- Exposición de investigaciones y experiencias
- Dinámicas grupales

De estudio independiente:

- Realizar investigaciones
- Análisis de casos, ensayos

### **Instalaciones y equipo especial:**

- Proyector

### **Recursos y tecnologías de la información:**

- Lap tops e internet

### **Perfil Idóneo del docente:**

- a. Nivel Educativo: Licenciado en Contaduría, Licenciado en Administración, Licenciado en Mercadotecnia o Carrera Afín.
- b. Área de conocimiento: Ciencias Sociales, Administración y Derecho
- c. Campo laboral y profesional: Experiencia mínima de un año, a nivel gerencia o dirección en áreas de administración, gestión, contabilidad o en área relacionada o poseer diploma de especialidad.
- d. Experiencia docente: 2 años en Licenciatura

### **Orientaciones bibliográficas:**

- Louffat, E. (2017) Organigramas y Manuales Organizacionales: Fundamentos para su Elaboración. México. ESAN
- Pereira, C. (2019) Control interno en las empresas: su aplicación y efectividad. México: Ed. Instituto Mexicano de Contadores Públicos.



**Plan de Estudios:**  
**Licenciatura en Gestión de Negocios**  
**Programa de asignatura**

**UNIVERSIDAD  
MODELO  
VALLADOLID**

Asignatura: Optativa XII: Diseño y producción radiofónica.

Semestre: Séptimo

Modalidad: Escolar (Presencial)

Clave de la asignatura: 0410707-2

Clave de la asignatura seriada: n

Duración total en horas:	96	Horas totales docente:	64	Horas totales de estudio independiente:	32	Créditos:	6
--------------------------	----	------------------------	----	---	----	-----------	---

**Objetivo de la asignatura:**

Analizar los fundamentos básicos en el diseño, manejo y contenido de producciones radiofónicas.

**Contenido temático:**

**I. Retrospectiva de la radio.**

- 1.1. 1920 a 1949: Creación, Desarrollo, Apogeo.
- 1.2. 1950 A 1979: La amenaza de la Televisión, El Rock salva a la Radio, El sonido FM y La Diversificación de la radio en los 70's.
- 1.3. 1980 a 1999: La Erosión de la Audiencia y Los "Talk Shows".

**II. La radio hoy.**

- 2.1. El dominio de la Publicidad.
- 2.2. Nuevas Tecnologías de Producción.
- 2.3. Nuevas formas de Difusión.

**III. La radio como medio.**

- 3.1. ¿Medio de comunicación?
- 3.2. ¿Medio de información?
- 3.3. ¿Medio de expresión?

**IV. El lenguaje radiofónico.**

- 4.1. Definición de lenguaje y mensaje.
- 4.2. El mensaje sonoro de la radio.
- 4.3. El lenguaje radiofónico.

**V. La palabra radiofónica.**

- 5.1. La palabra.
- 5.2. El color de la palabra.
- 5.3. La melodía y armonía de la palabra.
- 5.4. El ritmo de la palabra radiofónica.

**VI. La música radiofónica.**

- 6.1. El valor de la música en la radio.
- 6.2. La relación música/palabra en la radio.
- 6.3. Funciones de la música en la radio.

**VII. Los efectos sonoros.**

- 7.1. Una breve historia de los efectos sonoros.
- 7.2. Definición de los efectos sonoros.
- 7.3. Funciones de los efectos sonoros.
- 7.4. Los efectos para voz y sus funciones.

**VIII. Formato Vs. Género**

- 8.1. El Género como modelo abstracto.
- 8.2. El Formato como molde concreto.
- 8.3. Compatibilidad entre formatos y géneros.

**IX. Clasificación de géneros desde tres perspectivas:**

- 9.1. Según el modo de producción de los mensajes.
- 9.2. Según la Intención del emisor.
- 9.3. Según la Segmentación de los Destinatarios.

**X. Tipos de Emisoras.**

- 10.1. Emisoras que operan ilegalmente: Insurgentes, piratas y fronterizas.
- 10.2. Emisoras que operan legalmente: Comerciales, culturales, oficiales, universitarias, indígenas y comunitarias.

**XI. El Guión.**

- 11.1. ¿Qué es un Guión?
- 11.2. ¿Para qué sirve un Guión?
- 11.3. Características Básicas del Guión.

**XII. ¿Qué es producir?**

- 12.1. El concepto de producción.
- 12.2. Las tres etapas de producción.
- 12.3. De la idea a la realización.
- 12.4. Producción en vivo vs. producción grabada.

**XIII. El sonido, materia prima de la producción radiofónica.**

- 13.1. La física y la percepción del sonido.
- 13.2. Características generales del sonido: Intensidad, frecuencia y tono.
- 13.3. Características generales de la música: Ritmo, melodía, armonía y timbre.

**XIV. Elementos básicos para la producción radiofónica.**

- 14.1. Fundamentos básicos de grabación análoga y digital.
- 14.2. Micrófonos, mezcladoras e interfaces.
- 14.3. Grabación.
- 14.4. Edición.
- 14.5. Mezcla.

**XV. Bases del audio digital.**

- 15.1. Muestreo: Conversión analógica-digital y viceversa.
- 15.2. Velocidad y tamaño de muestra.
- 15.3. Formatos de compresión de audio digital.
- 15.4. Fundamentos básicos de MIDI.

## XVI. Producción de spots.

- 16.1. Objetivos de la producción de spots.
- 16.2. Elementos de la publicidad de radio.
- 16.3. La música en los spots.
- 16.4. Radio imaging: Spots que promueven la estación.

### Criterios de evaluación:

1) Evaluaciones parciales	40%
2) Tareas y participación	30%
3) Evaluación final	30%
	100%

### Estrategias de enseñanza:

Con docente:

- Clase expositiva y demostrativa
- Exposición de investigaciones y experiencias
- Dinámicas grupales

De estudio independiente:

- Realizar investigaciones
- Análisis de casos, ensayos

### Instalaciones y equipo especial:

- Aula
- Proyector

### Recursos y tecnologías de la información:

- Cañón.
- Internet.

### Perfil Idóneo del docente:

- a. Nivel Educativo: Licenciatura.
- b. Área de conocimiento: Administración, Ciencias Sociales y Derecho.
- c. Campo laboral y profesional: Experiencia en producción radiofónica mínimo 1 año.
- d. Experiencia docente: 2 años a nivel Licenciatura.

### **Orientaciones bibliográficas:**

- Gorka, Z., (2021), La radio: El acompañante silenciado. España. Ed. Kailas.
- Valencia, Juan C. (2018), Pensar, hacer y proyectar la radio universitaria en Hispanoamérica. Colombia. Editorial Pontificia Universidad Javeriana.



**Plan de Estudios:**  
**Licenciatura en Gestión de Negocios**  
**Programa de asignatura**

Asignatura: Optativa XII: Legislación turística

Semestre: Séptimo

Modalidad: Escolar (Presencial)

Clave de la asignatura: 0410707-3

Clave de la asignatura seriada: n

Duración total en horas:	96	Horas totales docente:	64	Horas totales de estudio independiente:	32	Créditos:	6
--------------------------	----	------------------------	----	---	----	-----------	---

**Objetivo de la asignatura:**

Comprender los conocimientos mínimos indispensables para orientarse en el marco normativo aplicado al turismo, particularmente aquel que fundamenta la explotación de los bienes nacionales a través de la actividad turística, el que norma las obligaciones de los funcionarios públicos, y aquel que adjetiva la prestación de los servicios turísticos en nuestro país.

**Contenido temático:**

- I. El turismo como objeto de estudio del Derecho.**
  - 1.1. Concepto y naturaleza transdisciplinaria del turismo.
  - 1.2. La actividad turística como actividad estratégica del Estado.
  - 1.3. La propiedad originaria de la nación sobre los bienes nacionales.
- II. Marco normativo general de la actividad turística.**
  - 2.1. Concepto y naturaleza del derecho turístico como disciplina jurídica.
  - 2.2. Carácter dicotómico de la actividad turística.
  - 2.3. Las bases Constitucionales de la prestación del servicio turístico.
  - 2.4. La Ley General de Bienes Nacionales, aplicación general.
- III. Los sujetos del derecho turístico y su relación jurídica.**
  - 3.1. El turista, naturaleza jurídica de su condición según el derecho internacional privado.
  - 3.2. Obligaciones del prestador de servicios turísticos en la Ley Federal de Turismo y legislación aplicable en Yucatán.
- IV. Régimen jurídico del patrimonio natural susceptible de explotación turística.**
  - 4.1. El patrimonio natural, concepto local e internacional.
  - 4.2. La Ley General de Desarrollo Forestal Sustentable.
  - 4.3. Autoridades administrativas en materia de protección del patrimonio

- natural
- V. **Régimen jurídico del patrimonio cultural y artístico susceptible de explotación turística**
- 5.1. El patrimonio cultural y el patrimonio artístico, concepto local e Internacional
  - 5.2. Autoridades de supervisión y administración de las actividades turísticas.

**Criterios de evaluación:**

1) Evaluaciones parciales	40%
2) Tareas y participación	30%
3) Evaluación final	30%
	100%

**Estrategias de enseñanza:**

Con docente:

- Clase expositiva y demostrativa
- Exposición de investigaciones y experiencias
- Dinámicas grupales

De estudio independiente:

- Realizar investigaciones
- Análisis de casos, ensayos
- Lecturas recomendadas

**Instalaciones y equipo especial:**

- Proyector

**Recursos y tecnologías de la información:**

- Lap tops e internet

**Perfil Idóneo del docente:**

- a. Nivel Educativo: Licenciatura en Turismo, Administración, Mercadotecnia, Contaduría, Ciencias Sociales, Negocios internacionales, Ingeniero Ambiental
- b. Área de conocimiento: Ciencias Sociales, Administración y Derecho
- c. Campo laboral y profesional: Experiencia mínima de un año, a nivel gerencia o dirección en áreas del turismo o en área relacionada o poseer diploma de especialidad.
- d. Experiencia docente: 2 años en Licenciatura

### **Orientaciones bibliográficas:**

- Melgosa F. (2017). Código de turismo. La ley grupo wolters cluver.
- Normas oficiales mexicanas de turismo. (2018). México. Sectur.



**UNIVERSIDAD  
MODELO  
VALLADOLID**

**Plan de Estudios:  
Licenciatura en Gestión de Negocios  
Programa de asignatura**

Asignatura: Optativa XII: Comercio electrónico

Semestre: Séptimo

Modalidad: Escolar (Presencial)

Clave de la asignatura: 0410707-4

Clave de la asignatura seriada: n

Duración total en horas:	96	Horas totales docente:	64	Horas totales de estudio independiente:	32	Créditos:	6
--------------------------	----	------------------------	----	---	----	-----------	---

**Objetivo de la asignatura:**

Explorar los diferentes modelos de comercio electrónico y su relación con el comercio tradicional.

**Contenido temático:**

1. Introducción al Comercio Electrónico
  - 1.1. Comercio electrónico: La revolución acaba de empezar
  - 1.2. Comercio electrónico una breve historia.
  - 1.3. Comprensión del comercio electrónico
2. Modelos de Comercio Electrónico
  - 2.1. Modelos de negocios del comercio electrónico
  - 2.2. Principales modelos de negocios tipo negocio a consumidor
  - 2.3. Principales modelos de negocios tipo negocio a negocio (B2B)
  - 2.4. Modelos de negocios en áreas emergentes del comercio electrónico
3. Internet y World Wide Web: la Infraestructura del Comercio Electrónico.
  - 3.1. Internet: historia de su tecnología
  - 3.2. Internet en la actualidad
  - 3.3. World Wide Web
  - 3.4. Internet y web: características
4. Seguridad en Línea y Sistemas de Pago
  - 4.1. El entorno de seguridad del comercio electrónico
  - 4.2. Amenazas de seguridad en el entorno del comercio electrónico
5. Conceptos de Marketing del Comercio Electrónico.
  - 5.1. El entorno de seguridad del comercio electrónico
  - 5.2. Amenazas de seguridad en el entorno del comercio electrónico
6. Ventas al Detalle y Servicios en Línea.
  - 6.1. El sector de ventas al detalle en línea
  - 6.2. Análisis de viabilidad de las empresas en línea

### Criterios de evaluación:

1) Evaluaciones parciales	40%
2) Tareas y participación	30%
3) Evaluación final	30%
	100%

### Estrategias de enseñanza:

Con docente:

- Clase expositiva y demostrativa
- Exposición de investigaciones y experiencias
- Dinámicas grupales

De estudio independiente:

- Realizar investigaciones
- Análisis de casos, ensayos
- Lecturas recomendadas

### Instalaciones y equipo especial:

- Proyector

### Recursos y tecnologías de la información:

- Lap tops e internet

### Perfil Idóneo del docente:

- a. Nivel Educativo: Licenciado en Administración, Ingeniero Industrial, Licenciatura en Informática, Ingeniero de Software, Ingeniero en Sistemas Computacionales o Carrera Afín.
- b. Área de conocimiento: Ingeniería, Ciencias exactas y TIC
- c. Campo laboral y profesional: Experiencia mínima de un año, a nivel gerencia o dirección en áreas administrativas o en área relacionada o poseer diploma de especialidad.
- d. Experiencia Docente: Experiencia mínima de dos años a nivel licenciatura.

### Orientaciones bibliográficas:

- Laudon, K. y Guercio, C. (2017) E-commerce: negocios, tecnología, sociedad. México. Pearson
- Moncalvo, A. (2017), Comercio electrónico para PYMES. México. Editorial Lectorum
- Hernández, E. (2019), Manual del comercio electrónico. México. Alfaomega.



**UNIVERSIDAD  
MODELO**

**Plan de Estudios:  
Licenciatura en Gestión de Negocios  
Programa de asignatura**

Asignatura: Optativa XII: Mercadotecnia del servicio

Semestre: Séptimo

Modalidad: Escolar (Presencial)

Clave de la asignatura: 0410707-5

Clave de la asignatura seriada: n

Duración total en horas:	96	Horas totales docente:	64	Horas totales de estudio independiente:	32	Créditos:	6
--------------------------	----	------------------------	----	---	----	-----------	---

**Objetivo de la asignatura:**

Aplicar las técnicas de la mercadotecnia en las empresas de servicios, ya sea para satisfacer las necesidades inmediatas del consumidor o complementar el proceso de venta de bienes tangibles.

**Contenido temático:**

1. Ámbito y Contexto de la Mercadotecnia de Servicios.
  - 1.1. Relaciones de los servicios
  - 1.2. Origen de los servicios
  - 1.3. Factores del auge de los servicios
2. Mezcla de la Mercadotecnia de Servicios.
  - 2.1. Elementos de la mercadotecnia de servicios
  - 2.2. Clasificación de los servicios
  - 2.3. Relaciones y estrategias
3. Gestión de la Mercadotecnia Servicios
  - 3.1. Creación y prestación de servicios
  - 3.2. Plan de Mercadotecnia de servicios
  - 3.3. Entrega de la Investigación

**Criterios de evaluación:**

1) Evaluaciones parciales	40%
2) Tareas y participación	30%
3) Evaluación final	30%
	100%

### **Estrategias de enseñanza:**

Con docente:

- Clase expositiva y demostrativa
- Exposición de investigaciones y experiencias
- Dinámicas grupales

De estudio independiente:

- Realizar investigaciones
- Análisis de casos, ensayos
- Lecturas recomendadas

### **Instalaciones y equipo especial:**

- Proyector

### **Recursos y tecnologías de la información:**

- Lap tops e internet

### **Perfil Idóneo del docente:**

- a. Nivel Educativo: Licenciado en Administración, Licenciado en Mercadotecnia, Ingeniero Industrial o Carrera Afín.
- b. Área de conocimiento: Ciencias Sociales, Administración y Derecho
- c. Campo laboral y profesional: Experiencia mínima de un año, a nivel gerencia o dirección en áreas administrativas o en área relacionada o poseer diploma de especialidad.
- d. Experiencia docente: 2 años en Licenciatura

### **Orientaciones bibliográficas:**

- Zetiltaml, V. (2017), Marketing de servicios. México. Editorial McGraw Hill Interamericana
- Lamb, C. y Hair, J. (2017), Marketing. México. Editorial Cengage Learning.
- Lovelock, C. (2017), Administración de servicios: estrategia para la creación de valor en el nuevo paradigma de los negocios. México. Editorial Pearson,



**Plan de Estudios:**  
**Licenciatura en Gestión de Negocios**  
**Programa de asignatura**

Asignatura: Optativa XII: Análisis y evaluación de puestos.

Semestre: Séptimo

Modalidad: Escolar (Presencial)

Clave de la asignatura: 0410707-6

Clave de la asignatura seriada: n

Duración total en horas:	96	Horas totales docente:	64	Horas totales de estudio independiente:	32	Créditos:	6
--------------------------	----	------------------------	----	---	----	-----------	---

**Objetivo de la asignatura:**

Identificar la técnica utilizada en el análisis y evaluación de puestos y el proceso de implementación en concordancia con los distintos puestos.

**Contenido temático:**

- I. Estructura organizacional e introducción al análisis de puestos.**
  - 1.1. Estructura organizacional.
  - 1.2. La técnica del análisis de puestos, beneficios y contribuciones a la administración de recursos humanos.
- II. Planeación en un programa de análisis de puestos.**
  - 2.1. Procedimiento preliminar para la implementación de un programa de análisis de puestos.
  - 2.2. Características del analista.
  - 2.3. Limitaciones y problemas de la aplicación del análisis de puestos.
- III. Técnica para el análisis de puestos**
  - 3.1. Procedimiento del análisis de puestos operativo.
  - 3.2. Ventajas y desventajas del uso de la informática para el análisis de puestos.
- IV. Análisis de puestos en diferentes niveles de la organización**
  - 4.1. Diferencias entre puesto operativo, puesto administrativo/medio y puesto directivo
  - 4.2. Estructura del análisis de puesto, procedimiento a nivel directivo

### **Criterios de evaluación:**

1) Evaluaciones parciales	40%
2) Tareas y participación	30%
3) Evaluación final	30%
	100%

### **Estrategias de enseñanza:**

Con docente:

- Clase expositiva y demostrativa
- Exposición de investigaciones y experiencias
- Dinámicas grupales

De estudio independiente:

- Realizar investigaciones
- Análisis de casos, ensayos
- Lecturas recomendadas

### **Instalaciones y equipo especial:**

- Proyector

### **Recursos y tecnologías de la información:**

- Lap tops e internet

### **Perfil Idóneo del docente:**

- a. Nivel Educativo: Licenciado en Derecho
- b. Área de conocimiento: Ciencias Sociales, Administración y Derecho
- c. Campo laboral y profesional: Experiencia mínima de un año, en Psicología industrial
- d. Experiencia docente: 2 años en Licenciatura

### **Orientaciones bibliográficas:**

- Bohlander, G. (2017). Administración de recursos humanos. E.U.A.Cengage Learning
- Caro, F. (2017). Gestión de empresas informativas. México: Mc Graw Hill
- Grados, J. (2017). Entrevista en las organizaciones. México: El Manual Moderno



**Plan de Estudios:**  
**Licenciatura en Gestión de Negocios**  
**Programa de asignatura**

Asignatura: Optativa XII: Administración de instituciones deportivas.

Semestre: Séptimo

Modalidad: Escolar (Presencial)

Clave de la asignatura: 0410707-7

Clave de la asignatura seriada: n

Duración total en horas:	96	Horas totales docente:	64	Horas totales de estudio independiente:	32	Créditos:	6
--------------------------	----	------------------------	----	---	----	-----------	---

**Objetivo de la asignatura:**

Aplicar los principios básicos de la administración en el deporte, enfocados a la administración de instituciones deportivas.

**Contenido temático:**

**I. Introducción a la administración.**

- 1.1. Conceptos básicos de administración.
- 1.2. Formas empresariales.
- 1.3. Panorama empresarial mundial.
- 1.4. Administración deportiva.

**II. Estructuras administrativas.**

- 2.1. Organigrama.
- 2.2. Funcionograma.
- 2.3. Desarrollo de estrategias y objetivos.
- 2.4. Cualidades administrativas.
- 2.5. Matriz FODA.

**III. Áreas funcionales.**

- 3.1. Recursos humanos.
- 3.2. Producción.
- 3.3. Finanzas.
- 3.4. Mercadotecnia.

**IV. Reclutamiento, selección y contratación**

- 4.1. Perfiles y descripciones de puestos
- 4.2. Medios de reclutamiento
- 4.3. Selección de personal
- 4.4. Contratación
- 4.5. Entrevista

4.6. Evaluación psicométrica. Análisis

**V. Inducción y capacitación**

- 5.1. Proceso de inducción
- 5.2. Determinación de necesidades de capacitación deportiva
- 5.3. Elaboración de programas y cursos de capacitación
- 5.4. Evaluación de la capacitación deportiva

**VI. Conceptos básicos de contabilidad financiera**

- 6.1. Concepto de contabilidad financiera
- 6.2. Importancia de la contabilidad financiera
- 6.3. Clasificación de la contabilidad

**VII. La cuenta del balance**

- 7.1. Cuentas de activo
- 7.2. Cuentas de pasivo
- 7.3. Cuentas de capital contable
- 7.4. La partida doble

**VIII. Estados financieros básicos**

- 8.1. El balance general
- 8.2. El estado de resultados

**IX. Organización del tiempo administrativo**

- 9.1. Cronogramas
- 9.2. Organización del trabajo
- 9.3. Diseño de reuniones

**X. Ruta Crítica**

- 10.1. Conceptos y aplicaciones
- 10.2. Diseño de ruta crítica

**Criterios de evaluación:**

1) Evaluaciones parciales	40%
2) Tareas y participación	30%
3) Evaluación final	30%
	100%

**Estrategias de enseñanza:**

Con docente:

- Clase expositiva y demostrativa
- Exposición de investigaciones y experiencias
- Dinámicas grupales

De estudio independiente:

- Realizar investigaciones
- Análisis de casos, ensayos
- Lecturas recomendadas

### **Instalaciones y equipo especial:**

- Aula
- Proyector

### **Recursos y tecnologías de la información:**

- Cañón.
- Internet.

### **Perfil Idóneo del docente:**

- a. Nivel Educativo: Licenciatura
- b. Área de conocimiento: Ciencias de la Salud.
- c. Campo laboral y profesional: Experiencia 1 año en el área de administración deportiva.
- d. Experiencia docente: 2 años a nivel Licenciatura.

### **Orientaciones bibliográficas:**

- Mingo, R. (2018), Educación Física: Contenidos Conceptuales. México. Comares.
- García, M. (2017) Administración de eventos deportivos. México. Comares.



**Plan de Estudios:**  
**Licenciatura en Gestión de Negocios**  
**Programa de asignatura**

Asignatura: Optativa XII: Programación web

Semestre: Séptimo

Modalidad: Escolar (Presencial)

Clave de la asignatura: 0410707-8

Clave de la asignatura seriada: n

Duración total en horas:	96	Horas totales docente:	64	Horas totales de estudio independiente:	32	Créditos:	6
--------------------------	----	------------------------	----	---	----	-----------	---

**Objetivo de la asignatura:**

Analizar problemas frecuentes que se presentan al programar entornos web.

**Contenido temático:**

- I. Introducción a la programación en JavaScript.**
  - 1.1. Conceptos básicos
  - 1.2. El lenguaje de programación JavaScript (Básica)
  - 1.3. El lenguaje de programación JavaScript (Avanzada)
- II. Modelado de objetos utilizando Java Script**
  - 2.1. DOM (Document Object Model)
  - 2.2. Eventos
  - 2.3. Formularios
  - 2.4. Detección y corrección de errores
- III. Desarrollo web utilizando jQuerry**
  - 3.1. Conceptos Básicos de jQuery
  - 3.2. El núcleo de jQuery
- IV. Utilización de Ajax en el desarrollo web**
  - 4.1. Primeros pasos con AJAX
  - 4.2. Relación de controles de AJAX
  - 4.3. Frameworks y librerías

**Criterios de evaluación:**

1) Evaluaciones parciales	40%
2) Tareas y participación	30%
3) Evaluación final	30%
	100%

### **Estrategias de enseñanza:**

Con docente:

- Clase expositiva y demostrativa
- Exposición de investigaciones y experiencias
- Dinámicas grupales

De estudio independiente:

- Realizar investigaciones
- Análisis de casos, ensayos
- Lecturas recomendadas

### **Instalaciones y equipo especial:**

- Proyector

### **Recursos y tecnologías de la información:**

- Lap tops e internet

### **Perfil Idóneo del docente:**

- a. Nivel Educativo: Licenciatura en: Diseño, Ciencias Computacionales, Informática, Ingeniería en Sistemas o afines.
- b. Área de conocimiento: Ingeniería, Ciencias exactas y TIC
- c. Campo laboral y profesional: en desarrollo de la programación de proyectos interactivos. Sólidamente capacitado para ejercer su profesión con ética y pensamiento crítico, a fin de contribuir al desarrollo integral de la sociedad, y capaz de proponer, con un espíritu laico, plural y democrático, respuestas a los problemas centrales del país y de la región. Ser un integrador de la cultura y la tecnología, de la ciencia y las humanidades, que dé respuesta a los requerimientos de la sociedad contemporánea.
- d. Experiencia Docente: Experiencia mínima de dos años a nivel licenciatura.

### **Orientaciones bibliográficas:**

- Gutiérrez, A. (2016), Desarrollo y Programación en Entornos Web. México. Edit. Alfa Omega
- Cardador, A. (2017), Programación con lenguajes de guion en páginas web., México. Edit. IC



**UNIVERSIDAD  
MODELO  
VALLADOLID**

**Plan de Estudios:  
Licenciatura en Gestión de Negocios  
Programa de asignatura**

Asignatura: Optativa XII: Economía del desarrollo

Semestre: Séptimo

Modalidad: Escolar (Presencial)

Clave de la asignatura: 0410707-9

Clave de la asignatura seriada: n

Duración total en horas:	96	Horas totales docente:	64	Horas totales de estudio independiente:	32	Créditos	6
--------------------------	----	------------------------	----	---	----	----------	---

**Objetivo de la asignatura:**

Comprender los modelos de crecimiento económico que prevalecieron en el siglo XX, los procesos de transformación que replantearon el estudio del desarrollo desde la economía, así como los campos de estudio que se han expandido desde 1990 y el auge de la microeconomía.

**Contenido temático:**

**I. Modelos de crecimiento económico**

- 1.1. Modelos de crecimiento exógeno
- 1.2. Modelo Harrod Domar y la acumulación de factores de producción
- 1.3. Modelo de Solow y rendimientos decrecientes
- 1.4. Modelos de crecimiento endógeno
- 1.5. Modelo de Lucas
- 1.6. Modelo de Romer
- 1.7. Nuevas teorías de crecimiento
- 1.8. Capital humano
- 1.9. Tecnología
- 1.10. Instituciones

**II. Transformación económica**

- 2.1. Urbanización y migración rural
- 2.2. Transformación agrícola
- 2.3. Comercio
- 2.4. Sustentabilidad

**III. Microeconomía del desarrollo**

- 3.1. Herramientas y métodos de medición
- 3.2. Desigualdad
- 3.3. Pobreza
- 3.4. Empleo

### 3.5. Ingreso y ahorro en los hogares

#### Criterios de evaluación:

1) Evaluaciones parciales	40%
2) Tareas y participación	30%
3) Evaluación final	30%
	100%

#### Estrategias de enseñanza:

Con docente:

- Clase expositiva y demostrativa
- Exposición de investigaciones y experiencias
- Dinámicas grupales

De estudio independiente:

- Realizar investigaciones
- Análisis de casos, ensayos
- Lecturas recomendadas

#### Instalaciones y equipo especial:

- Aula.

#### Recursos y tecnologías de la información:

- Cañón
- Computadora
- Internet

#### Perfil Idóneo del docente:

- a. Nivel Educativo: Licenciatura
- b. Área de conocimiento: Ciencias sociales, administración y derecho
- c. Campo laboral y profesional: 2 años en puestos de prospectación económica
- d. Experiencia docente: 2 años en licenciatura

#### Orientaciones bibliográficas:

- Blanchard, O. (2017), Macroeconomics, México. Pearson
- Eckhard Siggel. (2016). Development Economics: A Policy Analysis Approach. Routledge.



**Plan de Estudios:**  
**Licenciatura en Gestión de Negocios**  
**Programa de asignatura**

Asignatura: Optativa XII: Simulación de sistemas logísticos y productivos

Semestre: Séptimo

Modalidad: Escolar (Presencial)

Clave de la asignatura: 0410707-10

Clave de la asignatura seriada: n

Duración total en horas:	96	Horas totales docente:	64	Horas totales de estudio independiente:	32	Créditos	6
--------------------------	----	------------------------	----	---	----	----------	---

**Objetivo de la asignatura:**

Simular con arena sistemas logísticos y productivos que le permitan conocer el funcionamiento del sistema real y mejorarlo.

**Contenido temático:**

**I. ¿Qué es simulación?**

- 1.1. Modelar
- 1.2. Que se puede modelar
- 1.3. Análisis de un sistema
- 1.4. Modelos logísticos o matemáticos
- 1.5. Simulación por computadora

**II. Conceptos fundamentales**

- 2.1. Ejemplo
- 2.2. El sistema
- 2.3. Metas del estudio
- 2.4. Partes de un modelo de simulación
- 2.5. Entidades
- 2.6. Atributos
- 2.7. Variables
- 2.8. Recursos
- 2.9. Colas
- 2.10. Registros estadísticos
- 2.11. Eventos
- 2.12. Reloj de simulación
- 2.13. Inicio y final
- 2.14. Simulación manual
- 2.15. Registros

- 2.16. Resultados
- 2.17. Aleatoriedad en la simulación
- 2.18. Entradas aleatorias
- 2.19. Salidas aleatorias
- 2.20. El proceso de simulación

### **III. Introducción a la arena**

- 3.1. Explorando arena
- 3.2. Abriendo un modelo
- 3.3. La ventana de arena
- 3.4. Módulos
- 3.5. Conociendo y construyendo un modelo
- 3.6. Módulo créate
- 3.7. Módulo entity
- 3.8. Módulo process
- 3.9. Módulo resource
- 3.10. Módulo queue
- 3.11. Animación de recursos y colas
- 3.12. Módulo dispose
- 3.13. Conectores de módulos
- 3.14. Graficas dinámicas
- 3.15. Dibujos
- 3.16. Condiciones de la corrida
- 3.17. Correr el modelo
- 3.18. Reportes

### **IV. Modelos básicos**

- 3.19. Modelo 1
- 3.20. Construcción del modelo
- 3.21. Resultados
- 3.22. Modelo 2
- 3.23. Recursos: calendario y estados
- 3.24. Calendarización de recursos
- 3.25. Fallas de recursos
- 3.26. Frecuencias
- 3.27. Análisis de resultados
- 3.28. Modelo 3
- 3.29. Animación de colas
- 3.30. Animación de entidades
- 3.31. Animación de recursos
- 3.32. Gráficas y variables
- 3.33. Análisis de datos: especificación de parámetros y distribución de un modelo
- 3.34. Determinita vs aleatorio
- 3.35. Recolección de datos
- 3.36. Aplicación de los datos
- 3.37. Input analyzer

### **V. Modelos productivos y logísticos**

- 3.38. Modelos al detalle
- 3.39. Nuevos conceptos de modelación

- 3.40. Llegadas no estacionarias
- 3.41. Colas restringidas
- 3.42. Decisiones de tres vías
- 3.43. Sets
- 3.44. Variables y expresiones
- 3.45. Submodelos
- 3.46. Estadísticas y animación
- 3.47. Simulación en estado final o estable
- 3.48. Construcción de un modelo
- 3.49. Definición de los datos
- 3.50. Creación de submodelos
- 3.51. Aplicación de los nuevos conceptos de simulación
- 3.52. Animación del modelo
- 3.53. Análisis de alternativas
- 3.54. Análisis del desempeño de un modelo
- 3.55. Condiciones de la corrida
- 3.56. Adaptación del modelo para medir desempeño
- 3.57. Costeo
- 3.58. Adaptación del modelo para analizar alternativas
- 3.59. Evaluación de alternativas
- 3.60. Process analyzer
- 3.61. OptQuest

#### **Criterios de evaluación:**

1) Evaluaciones parciales	40%
2) Tareas y participación	30%
3) Evaluación final	30%
	100%

#### **Estrategias de enseñanza:**

- Con docente:
- Clase expositiva y demostrativa
  - Exposición de investigaciones y experiencias
  - Dinámicas grupales

- De estudio independiente:
- Realizar investigaciones
  - Análisis de casos, ensayos
  - Lecturas recomendadas

#### **Instalaciones y equipo especial:**

- Aula.

### **Recursos y tecnologías de la información:**

- Cañón
- Computadora
- Internet

### **Perfil Idóneo del docente:**

- a. Nivel Educativo: Licenciatura
- b. Área de conocimiento: Ingeniería industrial o Logística
- c. Campo laboral y profesional: 2 años en puestos de prospectación económica
- d. Experiencia docente: 2 años en licenciatura

### **Orientaciones bibliográficas:**

- Rudd, J. (2019) A practical guide to logistics: An introduction to transport, warehousing, trade and distribution. EUA: Kogan Page.
- Montes, R. (2017) Introducción a la logística y transporte internacional. México: Indautor.

## EVALUACIÓN CURRICULAR

Tiempo máximo para actualizar el plan de estudios: 5 años

### Evaluación externa

	<b>Instrumento</b>	<b>Responsable</b>	<b>Periodicidad</b>
Seguimiento de egresados	Encuesta	Coordinación seguimiento a egresados.	Cada dos años.
Encuesta a empleadores	Encuesta	Coordinación seguimiento a egresados	Cada dos años.
Características del contexto educativo	Encuesta	Coordinación académica	Anual

### Evaluación interna

	<b>Instrumento</b>	<b>Responsable</b>	<b>Periodicidad</b>
Logro de objetivos y análisis de la estructura del plan de estudios	Reuniones de análisis y evaluación entre coordinadores, docentes y director de la escuela.	Director de la escuela y coordinador Académico	Anual
Congruencia entre los elementos que integran el plan de estudios	Reuniones de análisis y evaluación entre coordinadores y docentes	Coordinador Académico	Anual
Análisis de la población estudiantil y los recursohumanos y materiales disponibles	Reuniones de análisis y evaluación entre coordinadores y docentes.	Director de Escuela Coordinador Académico y Administrativo	Semestral
Evaluación del desempeño docente	Encuesta	Coordinador administrativo	Semestral
Evaluación de satisfacción de los estudiantes	Encuesta	Coordinador administrativo	Semestral

## PROCESO DE LIQUIDACIÓN DEL PLAN DE ESTUDIOS ANTERIOR

### Proceso Académico

El plan de estudios actualizado de Licenciatura en Gestión de Negocios iniciará con el ingreso de alumnos al ciclo escolar 2022-2023. A partir de este ingreso ya no se aceptarán más alumnos al plan 2017.

En el caso de estudiantes que ingresaron con el plan de estudios 2017 y por baja temporal no han concluido en tiempo y forma, podrán permanecer en éste hasta el egreso de la última generación del plan de estudios al que pertenecen, o aprobar las materias del plan 2017, o bien, solicitar la equivalencia de estudios para incorporarse al plan de estudios aprobado en 2022, según lo que señale el reglamento general de licenciatura.

### Proceso Administrativo

Para aquellos alumnos que no se encuentren en las condiciones establecidas en la situación anterior, no habrá modificación alguna en su régimen académico-administrativo y permanecerán bajo las condiciones del plan de estudios 2017 hasta su egreso; a excepción de que el alumno solicite personalmente su equivalencia de estudios al plan 2022.

A los estudiantes que se aplique, o soliciten, la equivalencia de estudios, el reconocimiento se realizará con base en la tabla de equivalencia que se presenta en la sección 8 de este documento.

### Estrategias Remediales

Así mismo, con el objeto de que todos los estudiantes del plan 2017 tengan la oportunidad de completar y actualizar sus habilidades y conocimientos; durante cada ciclo escolar de enero-julio y en el ciclo escolar de agosto-diciembre, se impartirán talleres, cursos y conferencias con temas de actualidad enfocados a regularizar su formación académica.