



UNIVERSIDAD AUTÓNOMA DE ZACATECAS
PLAN SINTÉTICO

ÁREA ACADÉMICA

Socio-política, Económico y Administrativa

UNIDAD ACADÉMICA		Contaduría y Administración											
PROGRAMA ACADÉMICO		Licenciatura en Contaduría											
CICLO ESCOLAR		2016-2017				SEMESTRE		Sexto					
UNIDAD DIDÁCTICA		Desarrollo de Negocios			SERIADA CON:								
EJE CURRICULAR DE LA UNIDAD DIDÁCTICA		ADMINISTRACION											
ACTIVIDAD CON INTERVENCIÓN DOCENTE (Teóricas, Prácticas, a distancia y mixtas)				ACTIVIDAD DE TRABAJO SUPERVISADO				ACTIVIDAD DE TRABAJO INDEPEDIENTE		TOTAL DE HORAS AL SEMESTRE	TOTAL DE CREDITOS		
HRS		CREDITOS	4	HRS		CREDITOS		HRS		CREDITOS			4

PERFIL DEL DOCENTE

- Licenciatura en Contaduría con experiencia en el campo laboral dentro del ámbito de la Contaduría
- Grado de maestría afín a la disciplina y experiencia docente en el nivel superior.
- Con formación y actualización permanente en el ámbito de la normatividad contable vigente.

COMPETENCIAS GENÉRICAS TRANSVERSALES

Responsabilidad social y compromiso ciudadano
Capacidad de comunicación en un segundo idioma
Capacidad de investigación
Compromiso con la preservación del medioambiente
Compromiso con su medio socio cultural
Habilidad para trabajar en forma autónoma
Valoración y respeto por la diversidad y multiculturalidad

COMPETENCIA DE LA UNIDAD DIDÁCTICA	EVIDENCIA
Explicar teórica y prácticamente los conceptos básicos para elaborar investigación de mercados, planes comerciales y estudios técnicos que permita sentar las bases para generar cualquier tipo de proyecto ya sea social, artístico o de negocios en el ámbito profesional.	Elaboración de práctica y presentación del bosquejo de proyecto.

UNIDADES DE APRENDIZAJE POR COMPETENCIA

1.-Introducción a la mercadotecnia

Explicar el significado de la mercadotecnia identificando su función así como la importancia que tiene para el mundo de los negocios.

2.- Investigación de mercados

Describir e interpretar la investigación de mercados para su uso en la realización de actividades económicas, políticas y sociales.

3.- Segmentación de mercados y demografía

Interpretar a que parte de la población va dirigido el producto o servicio para diseñar una estrategia de mercadotecnia con base en una información real del mercado a cubrir.

4.- Análisis de la conducta del consumidor

Diferenciar y analizar los diferentes tipos de comportamiento de los consumidores potenciales.

5.- Productos y servicios

Distinguir el proceso de desarrollo de un bien o un servicio.

6.- Precio

Analizar el mercado meta, la demanda, costos, competencia y precios oficiales para la fijación del precio del bien o el servicio a ofertar.

7.-Canales de distribución

Identificar la función de un canal de distribución contando con los elementos necesarios para aplicarlo.

8.- Promoción

Identificar y aplicar los métodos promocionales y su importancia en las organizaciones.

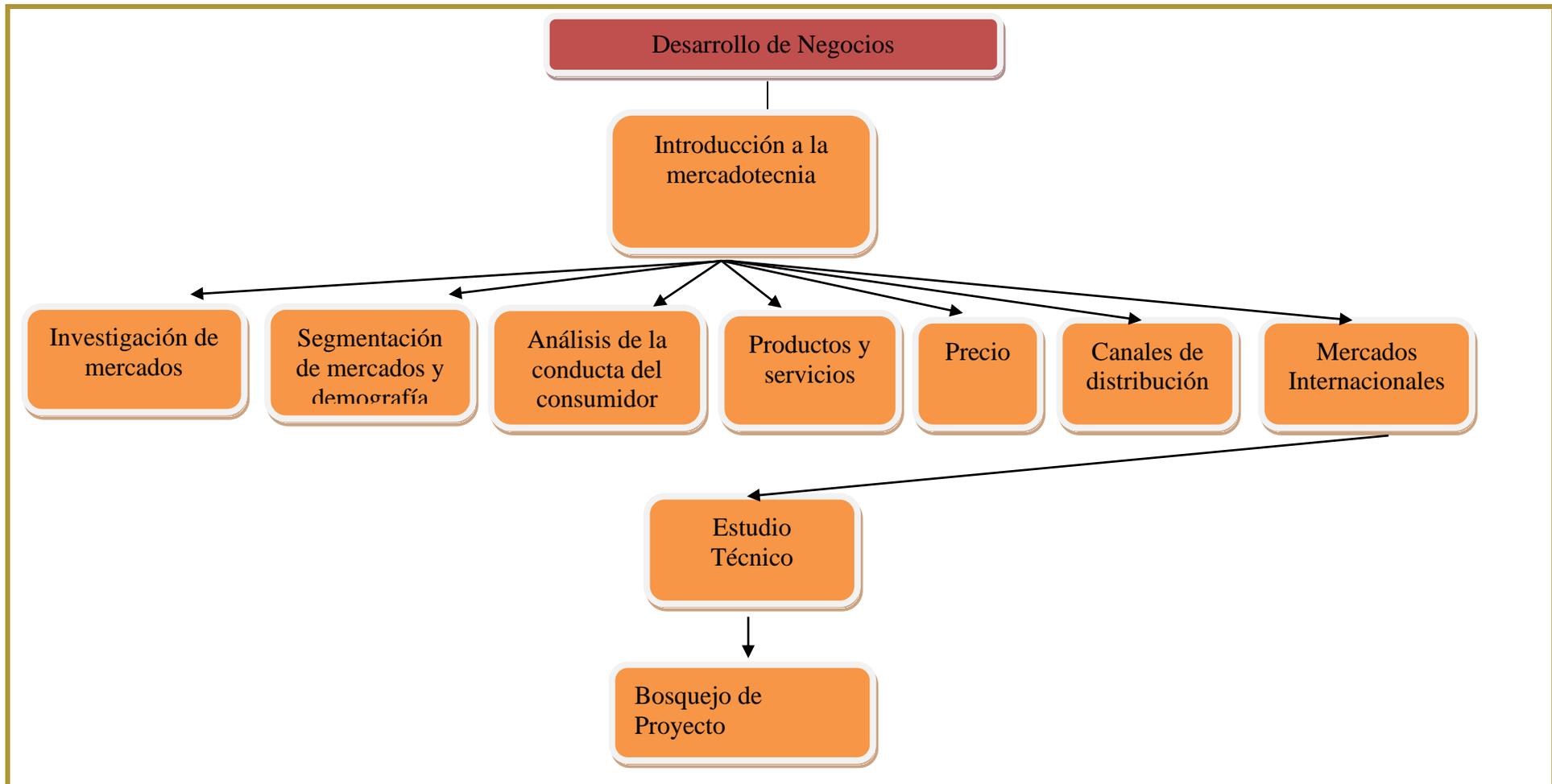
9.- Mercados Internacionales

Identificar la importancia de desarrollar estrategias de mercadotecnia en el ámbito internacional.

10.- Estudio Técnico

Describir y estimar las necesidades básicas para llevar a cabo un plan de negocios.

SECUENCIA DIDÁCTICA



ESCENARIOS	ESTRATEGIAS DE ENSEÑANZA Y APRENDIZAJE POR COMPETENCIAS		
	Exposición por parte del	x	Glosario de términos para x

- Aula específica
- Centro de cómputo
- Biblioteca
- Audiovisual

maestro		uso diario de su profesión	
Mapeo de secuencias y procedimientos	x	Casos	x
Mapeos mentales, semánticos, conceptuales	x	Debate y toma de postura	
Elaboración de reportes auténticos de búsqueda, selección y análisis de la información documental	x	Presentaciones o conferencias con apoyo de TIC	x
Proyecto de investigación	x	Simulaciones/simuladores	
ABP (Planteamiento y/o solución de problemas reales o auténticos)	x	Trabajo colaborativo	x
Elaboración de productos	x	Portafolio de evidencias	
Cuadros o matrices comparativos		Demostración de desempeño	x
Proyecto de desarrollo o innovación	x	Otros: Bosquejo de Proyecto de Negocios	

REQUERIMIENTOS DIDÁCTICOS	LINEAMIENTOS DE EVALUACIÓN Y CERTIFICACIÓN DE COMPETENCIAS			
<ul style="list-style-type: none"> • Aula con bancas individuales • Equipo de computo • Libreta de apuntes • Discusión de grupos • Exposiciones con apoyo audiovisual • Mesa redonda y/o panel • Exposición de alumnos en equipo. • Conferencias. • Dinámicas grupales. • Pizarrón • Gises • Equipo Multimedia • Paquetes informáticos • Plumones para pintarrón 	Parcial	%	Final	%
	<ul style="list-style-type: none"> • Asistencia • Tareas de investigación fuera del aula (con rubrica) • Exposición integral en equipo • Participación continua en clase • Evaluación Parcial <p style="text-align: center;">Total</p>	<p style="text-align: center;">20</p> <p style="text-align: center;">20</p> <p style="text-align: center;">10</p> <p style="text-align: center;">50</p> <p style="text-align: center;">100</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Evaluación integral y final de la Asignatura. • Presentación de trabajo final de investigación. • Revisión de rubricas. <p style="text-align: center;">Total</p>	<p style="text-align: center;">50</p> <p style="text-align: center;">25</p> <p style="text-align: center;">25</p> <p style="text-align: center;">100</p>

REFERENCIAS

- 1.- STANTON, J. William, Michael J. Etzel Bruce J. Walker Fundamentos de Marketing. Mc Graw Hill
- 2.- FISHER, Laura Mercadotecnia Mc Graw Hill 2004 Tercera edición.México
- 3.- PHILIP, Kotler Mercadotecnia, Prentice Hall (Tercera Edición) México

PROGRAMA ANALÍTICO

UNIDAD DE APRENDIZAJE POR COMPETENCIA 1	TOTAL DE HORAS DEL SEMESTRE QUE SE LLEVA LA UNIDAD DE COMPETENCIA

SABERES TEÓRICOS/DECLARATIVOS
SABERES PROCEDIMENTALES

--

COMPETENCIAS GENÉRICAS Y TRANSVERSALES

--

ESTRATEGIAS DE ENSEÑANZA Y APRENDIZAJE DE COMPETENCIAS

TÁCTICAS DE ENSEÑANZA	EXPERIENCIAS DE APRENDIZAJE	
	TRABAJO CON DOCENTE (TEÓRICO-PRÁCTICO INTEGRADO)	TRABAJO INDEPENDIENTE

RECURSOS DIDÁCTICOS:

EVALUACIÓN Y CERTIFICACIÓN DE COMPETENCIAS UNIDAD DE COMPETENCIA I

EVIDENCIAS	CRITERIOS DE DESEMPEÑO O CALIDAD DEL PRODUCTO	INSTRUMENTO	VALOR O PONDERACIÓN

REFERENCIAS

--

UNIDAD DE APRENDIZAJE POR COMPETENCIA 2

TOTAL DE HORAS DEL SEMESTRE QUE SE LLEVA LA UNIDAD DE COMPETENCIA

SABERES TEÓRICOS/DECLARATIVOS
SABERES PROCEDIMENTALES

COMPETENCIAS GENÉRICAS Y TRANSVERSALES

ESTRATEGIAS DE ENSEÑANZA Y APRENDIZAJE DE COMPETENCIAS

TÁCTICAS DE ENSEÑANZA	EXPERIENCIAS DE APRENDIZAJE	
	TRABAJO CON DOCENTE (TEÓRICO-PRÁCTICO)	TRABAJO INDEPENDIENTE

RECURSOS DIDÁCTICOS:

EVALUACIÓN Y CERTIFICACIÓN DE COMPETENCIAS UNIDAD DE COMPETENCIA 2

EVIDENCIAS	CRITERIOS DE DESEMPEÑO O CALIDAD DEL PRODUCTO	VALOR O PONDERACIÓN

REFERENCIAS

--

UNIDAD DE APRENDIZAJE POR COMPETENCIA 3	TOTAL DE HORAS DEL SEMESTRE QUE SE LLEVA LA UNIDAD DE COMPETENCIA

SABERES TEÓRICOS/DECLARATIVOS
SABERES PROCEDIMENTALES

COMPETENCIAS GENÉRICAS Y TRANSVERSALES

ESTRATEGIAS DE ENSEÑANZA Y APRENDIZAJE DE COMPETENCIAS

TÁCTICAS DE ENSEÑANZA	EXPERIENCIAS DE APRENDIZAJE	
	TRABAJO CON DOCENTE (TEÓRICO-PRÁCTICO)	TRABAJO INDEPENDIENTE

RECURSOS DIDÁCTICOS:

--

EVALUACIÓN Y CERTIFICACIÓN DE COMPETENCIAS UNIDAD DE COMPETENCIA 2

EVIDENCIAS	CRITERIOS DE DESEMPEÑO O CALIDAD DEL PRODUCTO	VALOR O PONDERACIÓN

REFERENCIAS

--