

**PROGRAMA EDUCATIVO:  
TSU EN OPERACIONES LOGÍSTICAS Y COMERCIO EXTERIOR  
ING. EN LOGÍSTICA INTERNACIONAL  
EN COMPETENCIAS PROFESIONALES**

**PROGRAMA DE ASIGNATURA: Estructura organizacional**

**CLAVE: E-ESO1-1**

<b>Propósito de aprendizaje de la Asignatura</b>		El estudiante desarrollará una empresa desde sus bases para diagnosticar las oportunidades de negocio a nivel nacional e internacional.			
<b>Competencia a la que contribuye la asignatura</b>		Gestionar la organización de una empresa a través de la estructura operativa y la planeación estratégica para potencializar su participación en mercados internacionales.			
Tipo de competencia	Cuatrimestre	Créditos	Modalidad	Horas por semana	Horas Totales
Específica	1	3.75	Escolarizada	4	60

Unidades de Aprendizaje	Horas del Saber	Horas del Saber Hacer	Horas Totales
	I.- La organización	8	12
II.- Planeación Estratégica	8	12	20
III.- Modelos de negocio	8	12	20
<b>Totales</b>	<b>24</b>	<b>36</b>	<b>60</b>

<b>ELABORÓ:</b>	DGUTYP	<b>REVISÓ:</b>	DGUTYP	<b>F-DA-01-PA-LIC-12.1</b>
<b>APROBÓ:</b>	DGUTYP	<b>VIGENTE A PARTIR DE:</b>	SEPTIEMBRE 2024	

Funciones	Capacidades	Criterios de Desempeño
<p>Conformar un diagnóstico empresarial, con enfoque en el logro de objetivos comerciales a través de la comparación de empresas consolidadas (MiPyMes y multinacionales) de acuerdo con los requerimientos globales, para generar estrategias comerciales.</p>	<p>Identificar oportunidades de negocios y evaluar sistemas financieros nacionales e internacionales a través de las estrategias de desarrollo económico (Nearshoring) e inversión extranjera directa, tomando como referencia las bases de datos sobre el comportamiento del mercado nacional e internacional, además de la oferta y demanda mundial, para la competitividad.</p>	<p>Elaborar un reporte que contenga:</p> <p>Creación y/o análisis de una empresa Estructura Organizacional Análisis situacional de la empresa Análisis FODA Oportunidades de negocio (Nearshoring) Toma de decisiones</p>
	<p>Estructurar planes de mercado a través de la investigación y análisis de mercado nacional e internacional, para resolver problemas de segmentos a incursionar.</p>	<p>Integrar un plan de mercado en materia de productos/servicios que contenga:</p> <p>Investigación y recopilación de información sobre el mercado Análisis del mercado nacional e internacional Oportunidades de mercado internacional Segmentación del mercado internacional Estrategias para incursionar en el mercado Implicación de la responsabilidad social Conservación del ambiente</p>

<b>ELABORÓ:</b>	<b>DGUTYP</b>	<b>REVISÓ:</b>	<b>DGUTYP</b>	<b>F-DA-01-PA-LIC-12.1</b>
<b>APROBÓ:</b>	<b>DGUTYP</b>	<b>VIGENTE A PARTIR DE:</b>	<b>SEPTIEMBRE 2024</b>	

## UNIDADES DE APRENDIZAJE

Unidad de Aprendizaje	I. La organización					
Propósito esperado	El estudiante determinará los fundamentos legales, administrativos y organizacionales para establecer las bases en la creación de una empresa.					
Tiempo Asignado	Horas del Saber	8	Horas del Saber Hacer	12	Horas Totales	20

Temas	Saber Dimensión Conceptual	Saber Hacer Dimensión Actuacional	Ser y Convivir Dimensión Socioafectiva
Fundamentos administrativos	Describir los fundamentos administrativos a considerar para la creación de una empresa.	Determinar los requisitos administrativos para la constitución de una empresa según su tamaño.	Desarrollar un pensamiento analítico y receptivo, para identificar los requerimientos de una empresa, de acuerdo con sus características particulares.
Fundamentos Legales	Identificar los fundamentos legales para constituir una empresa.	Determinar los requisitos legales para la constitución de una empresa según su tamaño.	
Estructura Organizacional	Identificar los componentes para desarrollar la Estructura Organizacional de una empresa.	Diagramar los componentes de la Estructura Organizacional de una empresa.	Asumir una conducta organizada orientada al cumplimiento de objetivos de manera ética y responsable.
Diseño Organizacional	Definir los elementos del Diseño Organizacional.	Establecer los elementos del Diseño Organizacional para una empresa.	

Proceso Enseñanza-Aprendizaje		
Métodos y técnicas de enseñanza	Medios y materiales didácticos	Espacio Formativo

ELABORÓ:	DGUTYP	REVISÓ:	DGUTYP	F-DA-01-PA-LIC-12.1
APROBÓ:	DGUTYP	VIGENTE A PARTIR DE:	SEPTIEMBRE 2024	

Tareas de investigación Mapas Conceptuales Equipos Colaborativos	Material didáctico Bases de datos Plataformas educativas Equipo de cómputo Internet	<b>Aula</b>	X
		<b>Laboratorio / Taller</b>	
		<b>Empresa</b>	

<b>Proceso de Evaluación</b>		
<b>Resultado de Aprendizaje</b>	<b>Evidencia de Aprendizaje</b>	<b>Instrumentos de evaluación</b>
<p>Los estudiantes reconocen el tipo de organización, los requisitos legales y administrativos para su constitución; así como las instancias gubernamentales ante las que se deberán realizar los trámites.</p> <p>Los estudiantes definen el diseño organizacional y reconocen sus elementos.</p> <p>Los estudiantes definen la cultura organizacional de una empresa.</p>	<p>A partir de un caso práctico sobre la creación de una empresa elaborar un reporte donde se muestre el desarrollo de los requisitos administrativos y legales para la constitución de la empresa según los procedimientos normativos vigentes; la estructura organizacional de acuerdo con el tamaño de la empresa seleccionado y la explicación de los departamentos que la componen además del desarrollo de los elementos de la cultura organizacional.</p>	<p>Rúbrica Cuestionario</p>

<b>ELABORÓ:</b>	DGUTYP	<b>REVISÓ:</b>	DGUTYP	<b>F-DA-01-PA-LIC-12.1</b>
<b>APROBÓ:</b>	DGUTYP	<b>VIGENTE A PARTIR DE:</b>	SEPTIEMBRE 2024	

## UNIDADES DE APRENDIZAJE

Unidad de Aprendizaje	II. Planeación Estratégica					
Propósito esperado	El estudiante elaborará el análisis del entorno de la empresa para el desarrollo de estrategias alineadas a los objetivos comerciales de incursión en mercados nacionales e internacionales.					
Tiempo Asignado	Horas del Saber	8	Horas del Saber Hacer	12	Horas Totales	20

Temas	Saber Dimensión Conceptual	Saber Hacer Dimensión Actuacional	Ser y Convivir Dimensión Socioafectiva
Introducción a la planeación estratégica	Definir los conceptos principales de planeación estratégica.	Determinar de los diferentes departamentos de la empresa, la relación entre cada uno para el cumplimiento de objetivos.	Desarrollar un pensamiento analítico y receptivo, para identificar los requerimientos de una empresa, de acuerdo con sus características particulares.  Asumir una conducta organizada orientada al cumplimiento de objetivos de manera ética y responsable.  Tener la iniciativa de realizar propuestas con base en los criterios establecidos.
Diagnóstico y análisis estratégico	Identificar los elementos para el Diagnóstico interno y externo para el análisis estratégico de la empresa.	Evaluar los elementos del Diagnóstico interno y externo para el análisis estratégico de la empresa.	
Formulación de estrategias	Definir los criterios para Formulación de estrategias bajo un enfoque de sistemas.	Formular estrategias bajo un enfoque de sistemas.	

ELABORÓ:	DGUTYP	REVISÓ:	DGUTYP	<b>F-DA-01-PA-LIC-12.1</b>
APROBÓ:	DGUTYP	VIGENTE A PARTIR DE:	SEPTIEMBRE 2024	

Proceso Enseñanza-Aprendizaje			
Métodos y técnicas de enseñanza	Medios y materiales didácticos	Espacio Formativo	
		Tareas de investigación Análisis de casos Equipos colaborativos	Material didáctico Bases de datos Plataformas educativas Equipo de cómputo Internet
		Laboratorio / Taller	
		Empresa	

Proceso de Evaluación		
Resultado de Aprendizaje	Evidencia de Aprendizaje	Instrumentos de evaluación
<p>Los estudiantes comprenden y analizan los diferentes departamentos que tiene una empresa y su relación para el logro de objetivos.</p> <p>Los estudiantes evalúan los aspectos internos y externos de una organización para determinar estrategias.</p> <p>Los estudiantes identifican el proceso para generar estrategias en una empresa.</p>	<p>A partir de un caso práctico y dando continuidad al desarrollado en la unidad anterior, determinar la relación entre los departamentos definidos en la estructura organizacional; elaborar el análisis interno y externo del entorno para generar estrategias bajo un enfoque de sistemas.</p>	<p>Rúbrica</p> <p>Estudio de Casos</p>

ELABORÓ:	DGUTYP	REVISÓ:	DGUTYP	F-DA-01-PA-LIC-12.1
APROBÓ:	DGUTYP	VIGENTE A PARTIR DE:	SEPTIEMBRE 2024	

## UNIDADES DE APRENDIZAJE

Unidad de Aprendizaje	III. Modelos de negocio					
Propósito esperado	El estudiante determinará el modelo de negocios adecuado para identificar la factibilidad de la empresa.					
Tiempo Asignado	Horas del Saber	8	Horas del Saber Hacer	12	Horas Totales	20

Temas	Saber Dimensión Conceptual	Saber Hacer Dimensión Actuacional	Ser y Convivir Dimensión Socioafectiva
Introducción a los modelos de negocios	Definir los conceptos generales, estructura y funcionamiento de un modelo de negocio.	Establecer la estructura y funcionamiento de un modelo de negocio.	Desarrollar un pensamiento analítico y receptivo, para identificar los requerimientos de una empresa, de acuerdo con sus características particulares.  Asumir una conducta organizada orientada al cumplimiento de objetivos de manera ética y responsable.  Tener la iniciativa de realizar propuestas con base en los criterios establecidos.
Tipos de modelo de negocios	Identificar los tipos de modelos de negocio y sus características.	Proponer un modelo de negocio y sus características.	
Factibilidad de un modelo de negocios	Describir los aspectos necesarios para determinar la factibilidad de un modelo de negocios.	Determinar la factibilidad de un modelo de negocio.	

ELABORÓ:	DGUTYP	REVISÓ:	DGUTYP	<b>F-DA-01-PA-LIC-12.1</b>
APROBÓ:	DGUTYP	VIGENTE A PARTIR DE:	SEPTIEMBRE 2024	

			Ejercer dinamismo en el desarrollo de las actividades trabajando bajo un enfoque resiliente para superar las dificultades que pudieran surgir en el trabajo en equipo y presentar resultados según lo solicitado.
--	--	--	---

Proceso Enseñanza-Aprendizaje			
Métodos y técnicas de enseñanza	Medios y materiales didácticos	Espacio Formativo	
Tareas de investigación Análisis de casos Equipos colaborativos	Material didáctico Bases de datos Plataformas educativas Equipo de cómputo Internet	Aula	x
		Laboratorio / Taller	
		Empresa	

Proceso de Evaluación		
Resultado de Aprendizaje	Evidencia de Aprendizaje	Instrumentos de evaluación
Los estudiantes comprenden la estructura y funcionamiento de un modelo de negocio. Los estudiantes identifican los modelos de negocio y sus características para su creación. Los estudiantes analizan los procesos necesarios para determinar la factibilidad de un modelo de negocio.	A partir de un caso práctico y dando continuidad al desarrollado en las unidades anteriores, estructurar un modelo de negocio y sus características para determinar la factibilidad de este.	Rúbrica Lista de Verificación

ELABORÓ:	DGUTYP	REVISÓ:	DGUTYP	F-DA-01-PA-LIC-12.1
APROBÓ:	DGUTYP	VIGENTE A PARTIR DE:	SEPTIEMBRE 2024	

Perfil idóneo del docente		
Formación académica	Formación Pedagógica	Experiencia Profesional
Lic. en Administración, Ing. Logística Internacional, Lic. en Mercadotecnia, Lic. en Desarrollo de Negocios, Lic. en Innovación Empresarial, Lic. en Comercio Exterior, Lic. en Contaduría o perfil afín.	Diseño de material didáctico, elaboración de planeación didáctica, conocimiento del modelo basado en competencias, conocimiento del modelo educativo de las Universidades del Subsistema Tecnológico, manejo de grupos, manejo de estrategias, interacción docente - alumno.	Experiencia mínima de un año en el área de negocios y administración de empresas públicas y/o privadas.

Referencias bibliográficas					
Autor	Año	Título del documento	Lugar de publicación	Editorial	ISBN
Brume González, Mario Javier	2019	Estructura Organizacional	Colombia	Institución Universitaria ITSA	978-958-52221-1-3
Corredor, María Ana	2021	Diseña tu modelo de negocio: Y alinéalo con tu propósito con el método MERAKUISTAR	España	MERAKUI	
Equipo Editorial	2020	Estructura y Diseño Organizativo	España	Editorial Elearning S. L.	987-84-18214-88-2
Fred R., David	2003	Conceptos Administración Estratégica	México	Pearson Education, Inc.	970-26-0427-3

<b>ELABORÓ:</b>	DGUTYP	<b>REVISÓ:</b>	DGUTYP	<b>F-DA-01-PA-LIC-12.1</b>
<b>APROBÓ:</b>	DGUTYP	<b>VIGENTE A PARTIR DE:</b>	SEPTIEMBRE 2024	

López Trujillo, Marcelo y Correa Ospina, Jorge Iván	2007	Planeación Estratégica de tecnologías informáticas y sistemas de información	Colombia	Universidad de Caldas	958-8231-61-2
Luna González, Alfredo Cipriano	2014	Administración Estratégica	México	Grupo Editorial Patria	978-607-438-889-3
Martín Martínez, Paloma y Físico Muñoz, María del Valle	2023	Empresa y Diseños de Modelo de Negocios	España	Editorial Editex	978-841-134-551-4
Mico, Pablo Adán y González, Arturo	2015	Emprender con éxito 10 Claves para generar modelos de negocio	España	Alpha Editorial	978-607-622-513-4
Osterwalder, Alexander y Pigneur, Yves	2010	Business Model Generation	España	Centro Libros PAPP, S. L. U.	978-84-234-2841-0
Piñero Estrada, Enrique	2015	Estrategias y modelo de negocios	España	Editorial Universitaria Ramón Areces	978-849-961200-3
Sainz de Vicuña Ancín, José María	2016	El plan estratégico en la práctica	España	Alfaomega, ESIC	978-607-622-717-6
Ramírez Cardona, Carlos y Ramírez, María del Pilar	2016	Fundamentos de Administración		ECOE Ediciones	978-958-771-372-5
Ries, Eric	2011	El método Lean Startup	Estados Unidos de América	Crown Publising Group	978-0-307-88791-7

<b>ELABORÓ:</b>	<b>DGUTYP</b>	<b>REVISÓ:</b>	<b>DGUTYP</b>	<b>F-DA-01-PA-LIC-12.1</b>
<b>APROBÓ:</b>	<b>DGUTYP</b>	<b>VIGENTE A PARTIR DE:</b>	<b>SEPTIEMBRE 2024</b>	

Uribe Macias, Mario Enrique	2021	Administración estratégica, proceso de aplicación para las organizaciones latinoamericanas	Colombia	Ediciones de la U	978-958-792-253-0
-----------------------------	------	--	----------	-------------------	-------------------

Referencias digitales			
Autor	Fecha de recuperación	Título del documento	Vínculo
Arroyo Valenciano, Juan Antonio	17 de abril de 2024	El diseño de estrategias y tácticas en la planificación estratégica de la educación	<a href="https://www.scielo.sa.cr/scielo.php?script=sci_arttext&amp;pid=S2215-26442023000100706">https://www.scielo.sa.cr/scielo.php?script=sci_arttext&amp;pid=S2215-26442023000100706</a>
Macías Acosta, Ruben et al.	22 de abril de 2024	Cómo crear un modelo de negocio	<a href="https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=6302635">https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=6302635</a>
Pantoja Aguilar, Martín P. y Salazar Garza-Treviño, José Rodrigo	17 de abril de 2024	Etapas de la administración: hacia un enfoque sistémico	<a href="https://www.redalyc.org/journal/206/20663246008/html/">https://www.redalyc.org/journal/206/20663246008/html/</a>
Peñañiel Nivelá et al.	17 de abril de 2024	Formulación de estrategias para el desarrollo empresarial de la constructora Emanuel en el cantón La Maná	<a href="http://scielo.sld.cu/scielo.php?pid=S2218-36202020000400045&amp;script=sci_arttext&amp;lng=en">http://scielo.sld.cu/scielo.php?pid=S2218-36202020000400045&amp;script=sci_arttext&amp;lng=en</a>
Sonderegger, Peter	22 de abril de 2024	Cómo utilizar el Business Model Canvas (Lienzo de Modelo de Negocio) para reducir el riesgo	<a href="https://raia.revistasuai.ar/index.php/raia/article/view/22/43">https://raia.revistasuai.ar/index.php/raia/article/view/22/43</a>

<b>ELABORÓ:</b>	DGUTYP	<b>REVISÓ:</b>	DGUTYP	<b>F-DA-01-PA-LIC-12.1</b>
<b>APROBÓ:</b>	DGUTYP	<b>VIGENTE A PARTIR DE:</b>	SEPTIEMBRE 2024	