



Casa abierta al tiempo

UNIVERSIDAD AUTONOMA METROPOLITANA

PROGRAMA DE ESTUDIOS

UNIDAD	LERMA	DIVISION	CIENCIAS BIOLÓGICAS Y DE LA SALUD	1 / 3
NOMBRE DEL PLAN LICENCIATURA EN CIENCIA Y TECNOLOGIA DE ALIMENTOS				
CLAVE	UNIDAD DE ENSEÑANZA-APRENDIZAJE		CRED.	6
5301032	ANÁLISIS ECONÓMICO		TIPO	OPT.
H. TEOR. 3.0	SERIACION AUTORIZACION		TRIM.	
H. PRAC. 0.0			II-XII	

**OBJETIVO(S) :**

Objetivo General:

Al final de la UEA el alumno será capaz de:

Comprender la importancia del análisis de mercado en el desarrollo de nuevos productos alimenticios.

Objetivos Parciales:

Al final de la UEA el alumno será capaz de:

1. Adquirir las herramientas metodológicas y matemáticas necesarias para analizar el mercado de los productos alimenticios, así como el lenguaje y las bases para comprender y aprovechar los resultados que éste arroje.

**CONTENIDO SINTETICO:**

1. Introducción al análisis económico.
2. Análisis de proyectos.
3. Flujos de efectivo y riesgo en los proyectos.
4. Análisis económico en proyectos de inversión.
5. Administración de proyectos.
6. Fuentes de financiamiento.
7. Costeo de productos y administración de costos.
8. Introducción a la innovación y generación de nuevos productos y servicios.



UNIVERSIDAD AUTONOMA METROPOLITANA

APROBADO POR EL COLEGIO ACADÉMICO  
EN SU SESIÓN NUM. 442

EL SECRETARIO DEL COLEGIO

NOMBRE DEL PLAN	LICENCIATURA EN CIENCIA Y TECNOLOGIA DE ALIMENTOS	2/ 3
CLAVE	5301032	ANALISIS ECONOMICO

**MODALIDADES DE CONDUCCION DEL PROCESO DE ENSEÑANZA-APRENDIZAJE:**

La operación constará de sesiones teóricas en las que se favorecerá el intercambio de experiencias y la construcción colectiva de conocimientos; se discutirá sobre las herramientas económicas que determinan el mercado y rentabilidad de diferentes procesos de la industria alimentaria. El profesor promoverá el uso de materiales didácticos como lecturas, fotografías, sitios de la red, y otros, para generar conocimientos de alto nivel dentro de un trabajo práctico administrativo viable para la realidad alimentaria nacional.

El profesor propondrá escenarios de aprendizaje que permitan al alumno desarrollar estrategias analíticas, críticas, reflexivas y creativas para resolver problemas. Con la guía del profesor se busca que sea el alumno quien indague que la información establezca nexos significativos y construya conocimientos. Estas actividades posibilitan el proceso de aprender a aprender y fortalecen un aprendizaje permanente.

**MODALIDADES DE EVALUACION:**

**EVALUACIÓN GLOBAL:**

Se promoverá la evaluación durante todo el proceso de enseñanza-aprendizaje, en los que se considerará el trabajo participativo de los alumnos en la discusión y asimilación de los temas. Los instrumentos de evaluación a utilizar pueden ser diversos y que incluyan herramientas de verificación (evaluaciones periódicas, presentaciones orales, elaboración de ensayos, etc.) que permitan tomar decisiones y ponderar el conocimiento y el desempeño de los alumnos durante su proceso formativo.

**EVALUACIÓN DE RECUPERACIÓN:**

La evaluación de recuperación se llevará a cabo de la siguiente forma: una evaluación global que verificará se cumplan los objetivos de la UEA.

**BIBLIOGRAFIA NECESARIA O RECOMENDABLE:**

1. Etzel, M.J., Walker, B.J., Stanton, W.J. (2004). Marketing. McGraw-Hill, NY, USA.
2. Kotler, P. & Armstrong, G. (1996). Principles of Marketing. Prentice Hall, NY, USA.
3. Malhotra, N.K. (2008). Investigación de mercados. Prentice-Hall, México.



**UNIVERSIDAD AUTONOMA METROPOLITANA**

APROBADO POR EL COLEGIO ACADEMICO  
EN SU SESION NUM. 442

**EL SECRETARIO DEL COLEGIO**

NOMBRE DEL PLAN LICENCIATURA EN CIENCIA Y TECNOLOGIA DE ALIMENTOS		3/ 3
CLAVE 5301032	ANALISIS ECONOMICO	

4. Ries, A., Trout, J. (1979). Positioning: the battle for your mind. MacGraw-Hill.

5. Ries, A., Trout, J. (1986). Posicionamiento: el concepto que ha revolucionado la comunicación publicitaria y la mercadotecnia, McGraw-Hill.



UNIVERSIDAD AUTONOMA METROPOLITANA

APROBADO POR EL COLEGIO ACADEMICO  
EN SU SESION NUM 442

EL SECRETARIO DEL COLEGIO