



Casa abierta al tiempo

UNIVERSIDAD AUTÓNOMA 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
5321052	ELEMENTOS DE ADMINISTRACION Y MERCADOTECNIA ALIMENTARIA		TIPO	OPT.
H. TEOR.	1.5	SERIACION		TRIM. II-XII
H. PRAC.	3.0	AUTORIZACION		

OBJETIVO(S):

Objetivo General:

Al final de la UEA el alumno será capaz de:

Integrar los conceptos de las áreas funcionales de la administración y el proceso administrativo, así como los elementos básicos que le permitan desarrollar planes de tipo comercial para productos alimenticios.

Objetivos Parciales:

Al final de la UEA el alumno será capaz de:

1. Identificar y usar los elementos del proceso administrativo y las áreas funcionales de la administración.
2. Identificar las herramientas involucradas con la mercadotecnia de un producto alimentario.

CONTENIDO SINTETICO:

1. Orígenes y concepto.
2. Campos de aplicación en la industria alimentaria.
3. El proceso administrativo.
 - 3.1. Previsión.
 - 3.2. Planeación.
 - 3.2.1. Conceptos básicos de planeación.
 - 3.2.2. Planeación estratégica.
 - 3.3. Organización.



UNIVERSIDAD AUTÓNOMA METROPOLITANA

APROBADO POR EL COLEGIO ACADÉMICO
EN SU SESION NUM. 442

EL SECRETARIO DEL COLEGIO

3.4. Supervisión.

3.5. Dirección.

3.6. Control.

4. Áreas Funcionales.

4.1. Producción.

4.2. Mercadotecnia.

4.3. Finanzas.

4.4. Recursos Humanos.

4.5. Adquisiciones y abastecimiento.

5. Elementos de Mercadotecnia.

5.1. Marco referencial de la mercadotecnia.

5.2. Conceptos de pronósticos y presupuestos.

5.3. Las 4 P's.

5.3.1. Producto.

5.3.2. Precio.

5.3.3. Plaza.

5.3.4. Promoción y Publicidad.

5.4. Plan de ventas.

5.5. Plan de exportación.

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 los conceptos de los básicos de la administración y el proceso administrativo, así como los elementos básicos para desarrollar un plan de mercadotecnia para productos alimenticios. 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.



UNIVERSIDAD AUTONOMA METROPOLITANA

APROBADO POR EL COLEGIO ACADEMICO
EN SU SESION NUM. 4-12

EL SECRETARIO DEL COLEGIO

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, desempeño en el trabajo práctico) 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. Fernández Valiñas Ricardo, (2002), Fundamentos de Mercadotecnia, Editorial Thompson, México D.F.
2. Fischer Laura, Espejo Jorge, (2011), Mercadotecnia, 4a Edición, McGraw Hill, México, D.F.
3. Garnica Clotilde, Maubert Claudio, (2009), Fundamentos de Marketing, Pearson Prentis Hall, México D.F.
4. Münch Galindo Lourdes, (2009), Administración, Pearson Prentis Hall, México D.F.
5. Münch Galindo Lourdes, (2009), Fundamentos de Administración, 8a edición, Editorial Trillas, México, D.F.

**UNIVERSIDAD AUTONOMA METROPOLITANA**APROBADO POR EL COLEGIO ACADEMICO
EN SU SESION NUM. 442

EL SECRETARIO DEL COLEGIO