

1.- DATOS DE LA ASIGNATURA

Nombre de la asignatura: Cultura empresarial
Carrera: Lic. en Informática
Clave de la asignatura:
Horas teoría-horas práctica-créditos 2-2-6

2.- HISTORIA DEL PROGRAMA

Lugar y fecha de elaboración o revisión	Participantes	Observaciones (cambios y justificación)
Instituto Tecnológico de La Paz. Reunión permanente de academia Ago- Dic 2006	Representantes de la academia de sistemas y computación del I.T La Paz.	Análisis y enriquecimiento de las programas propuestos de ISC

3.- UBICACIÓN DE LA ASIGNATURA

a). Relación con otras asignaturas del plan de estudio

Anteriores		Posteriores	
Asignaturas	Temas	Asignaturas	Temas
Administración.	Todos los temas, ya que sustentan una formación y cultura empresarial.		
Seminario de ética	Fundamentos		

b). Aportación de la asignatura al perfil del egresado

Proporciona una perspectiva general y equilibrada sobre los negocios, calidad, filosofía del éxito, procedimientos de certificación y auditoría.

4.- OBJETIVO(S) GENERAL(ES) DEL CURSO

El estudiante desarrollará los contenidos conceptuales, procedimentales y actitudinales que se requieren para incorporarse a las estructuras organizacionales con un amplio sentido de la cultura empresarial.

5.- TEMARIO

Unidad	Temas	Subtemas
1	Sistemas de negocio y niveles de aplicación de los sistemas en las organizaciones.	1.1 Concepto de sistemas de negocio. 1.2 Elementos de un plan de negocio. 1.3 Áreas de un plan de negocio. 1.4 Anexos de un plan de negocio. 1.5 Presentación escrita y verbal de un plan de negocio.
2	Cultura corporativa de calidad.	2.1 Fundamentos de la cultura corporativa 2.2 Funciones de la cultura corporativa. 2.3 Tipos de cultura corporativa. 2.4 Como se arraiga la cultura corporativa mediante los procesos de socialización y mentoría.
3	Estrategias de cambio.	3.1 Conceptos básicos de cambio planeado. 3.2 Modelo del proceso de cambio. 3.2.1 Factores de cambio. 3.2.2 Proceso de cambio. 3.3 Tipos de cambio planeado. 3.3.1 Cambio en la estructura. 3.3.2 Cambio en la tecnología. 3.3.3 Cambio en las personas. 3.4 Desarrollo organizacional (DO). 3.4.1 Conceptos básicos. 3.4.2 Tipos de actividades del DO. 3.5 Creatividad e innovaciones. 3.5.1 Creatividad individual. 3.5.2 Creatividad e innovaciones en la organización. 3.5.3 Tipos de planeación.
4	Planeación estratégica.	4.1 Introducción. 4.1.1 Planeación tradicional. 4.1.2 Planeación estratégica. 4.1.3 Elementos de la planeación estratégica.

5.- TEMARIO (Continuación)

		<ul style="list-style-type: none">4.2 Misión.<ul style="list-style-type: none">4.2.1 Concepto.4.2.2 Responsables de formulación.4.2.3 Cómo se construye la misión4.2.4 Aplicación de la misión.4.2.5 Ejemplo práctico.4.3 Visión.<ul style="list-style-type: none">4.3.1 Concepto.4.3.2 Quién la construye.4.3.3 Cómo se construye la visión.4.3.4 Características de la visión.4.3.5 La utilidad de la visión.4.4 Valores.<ul style="list-style-type: none">4.4.1 Concepto.4.4.2 Características.4.4.3 Valores más relevantes.4.5 Diagnóstico estratégico.<ul style="list-style-type: none">4.5.1 Propósito.4.5.2 Identificación de nuestros clientes y servicios.4.5.3 Investigación de las necesidades.4.5.4 Análisis de fuerzas, oportunidades, debilidades y amenazas (FODA).
--	--	--

6.- APRENDIZAJES REQUERIDOS

- Fundamentos de administración.
- Conceptos de ética.

7.- SUGERENCIAS DIDÁCTICAS

- Propiciar la búsqueda y selección en diversas fuentes de información sobre: negocios, calidad, planeación estratégica, legislación informática, certificación y auditoría.
- Analizar y discutir en equipos la información investigada y construir en clase las definiciones para cada concepto.
- Dar un uso didáctico a medios audiovisuales, emplear dinámicas grupales (lluvia de ideas, mesa redonda, paneles, foros, conferencias, debates, entre otros), para analizar temáticas, problemas o casos específicos y realizar prácticas.
- Exposición de trabajos de investigación realizados en empresas presenciales o virtuales, de casos aplicados a cada tema.

8.- SUGERENCIAS DE EVALUACIÓN

- Exámenes teóricos y prácticos.
- Evaluar tareas, cumplimiento de los objetivos y desempeño en las prácticas.
- Investigación de campo (según se sugiera en cada unidad).
- Participación en clases.
- Evaluar exposiciones según sugerencias de cada unidad.

9.- UNIDADES DE APRENDIZAJE

UNIDAD 1.- Sistemas de negocio y niveles de aplicación de los sistemas en las organizaciones.

Objetivo Educativo	Actividades de Aprendizaje	Fuentes de Información
El estudiante conocerá los elementos que integran el desarrollo.	1.1 Identificar en una empresa las áreas básicas de un plan de negocios. 1.2 Elaborar anexos de un plan de negocios. 1.3 Realizar una presentación de un plan de negocios.	1

UNIDAD 2.- Cultura corporativa de calidad.

Objetivo Educativo	Actividades de Aprendizaje	Fuentes de Información
---------------------------	-----------------------------------	-------------------------------

Identificará los fundamentos, funciones y tipos de cultura corporativa y su arraigo en las empresas.	<p>2.1 Resumir los fundamentos de la cultura corporativa.</p> <p>2.2 Investigar en empresas y contrastar las funciones y los tipos de cultura corporativa que existen.</p> <p>2.3 Discutir en grupo cómo se arraiga la cultura corporativa en una empresa.</p> <p>2.4 Exponer por equipo cómo se fomenta el comportamiento ético corporativo en una empresa.</p>	2
--	--	---

UNIDAD 3.- Estrategias de cambio.

Objetivo Educativo	Actividades de Aprendizaje	Fuentes de Información
Aplicará los conceptos básicos, factores y enfoques de estrategias de cambio para su mediano y largo plazo.	<p>3.1 Aplicar cada uno de los conceptos de esta unidad en una investigación de campo orientada a documentar la experiencia de implementación de estrategias regional.</p> <p>3.2 Exponer los resultados.</p>	3

UNIDAD 4.- Planeación estratégica.

Objetivo Educativo	Actividades de Aprendizaje	Fuentes de Información
<p>Diseñará un modelo utilizando la planeación estratégica.</p> <p>Desarrollará los procesos estratégicos para el logro de las metas, tomando en cuenta la capacidad de las organizaciones y aprovechando las oportunidades actuales y futuras en función de las situaciones internas que ellas tienen.</p>	<p>4.1 Identificar la importancia de la misión en una empresa para garantizar el logro de objetivos comunes, comentarla en clase.</p> <p>4.2 Discutir en equipos la importancia de la planeación estratégica dentro de las organizaciones como parte fundamental para el logro de sus metas.</p> <p>4.3 Utilizar lluvia de ideas para señalar como se construyen la misión y la visión.</p> <p>4.4 Acudir a empresas y solicitar su misión, visión y objetivos, exponerlo al grupo y discutir congruencia entre lo que es y debería ser.</p> <p>4.5 Mediante casos prácticos crear misión, visión y FODA de una organización.</p>	4,5,6,7,,8,9

10. FUENTES DE INFORMACIÓN

1. Rafael Alcaraz Rodríguez (2001).
El Emprendedor de Éxito, guía de planes de negocios.
Ed. Mc. Graw Hill.
2. Angelo Kinicki, Robert Kreitner (2003).
Comportamiento Organizacional. Conceptos, problemas y prácticas.
Ed. Mc. Graw Hill.
3. James A. F. Stoner, R. Edward Freeman, Daniel R. Gilbert Jr.
Administración, 6ª Edición, capítulo 15.
Ed. Pearson Education.
4. Cáceres, Luis René, Estrategia (1991).
Planificación y Control, México.
Ed. Fondo de Cultura Económico, 1517 pp.
5. Cameferd, Fobert A., Callaghan, Dennis W. (1990).
Strategic Management, Text, Tolls, and Cases for Business Policity.
Ed. Boston, Massachusetts: Kent Publishing Company, 861 pp.
6. Homper, Robert J, y Bough Sue L. (1990).
Strategic Market Planning, Lincolnwood, Illinois.
Ed. NTC Business Books.
7. Craig S. Rice (1990).
Strategic Planning for teh small business.
Ed. Holbreu Massachusetts: Bob Adams Inc, Publishers, 261 pp.
8. Dror, Yehczel (1985).
Enfrentando el Futuro.
Ed. FCE, 113 pp. México.
9. Hermida, Jorge y otros (1990).
Administración y Estratégia.
Ed. Ediciones Macchi, 238 pp. Buenos Aires, Argentina.
10. Oliver Hance.
Leyes y Negocios en Internet.
Ed. The Best of McGraw-Hill.
11. Barrios, Muñoz y Pérez Bustillo.
Internet y Derecho en México.
Ed. McGraw-Hill.
12. Buzan, Tony
Usted es más inteligente de lo que cree
Ed. Urano, España, 2004.

13. Goleman Daniel, Kautman Paul y Ray Michael
El espíritu creativo
Ed. Javier Vergara, Argentina, 2000.
14. Harrington James, Hoffherr Glen y Reid Robert
Herramientas para la creatividad
Ed. Graw-Hill, Colombia 1999

Referencias en Internet

- [1] <http://www.cp.com.uy/42/iso42.htm>
- [2] http://gidis.ing.unlpam.edu.ar/downloads/pdfs/Calidad_software.pdf
- [3] <http://www.campus.fortunecity.com/defiant/114/iso9000.htm>

11. PRÁCTICAS

Unidad Práctica

- 1 Elegir una organización por equipos para desarrollar en cada una:
 - Planeación Estratégica.
 - Concepto de calidad.
 - Plan de negocio.
 - Proceso de auditoria para un servicio o producto.
 - Proceso de certificación.