

UNIVERSIDAD AUTÓNOMA DE BAJA CALIFORNIA
COORDINACIÓN DE FORMACIÓN BÁSICA
COORDINACIÓN DE FORMACIÓN PROFESIONAL Y VINCULACIÓN UNIVERSITARIA

PROGRAMA DE UNIDAD DE APRENDIZAJE

I. DATOS DE IDENTIFICACIÓN

1. Unidad Académica (s): Facultad de Ciencias Administrativas, Mexicali
Facultad de Contaduría y Administración, Tijuana
Facultad de Ciencias Administrativas y Sociales, Ensenada
Facultad de Ingeniería y Negocios, Tecate
Facultad de Ingeniería y Negocios, San Quintín
Escuela de Ingeniería y Negocios, Guadalupe Victoria



2. Programa (s) de estudio: (Técnico, Licenciatura (s)) Licenciatura en Administración de Empresas 3. Vigencia del plan: 2009-2

4. Nombre de la Unidad de Aprendizaje Administración de Agronegocios 5. Clave 12493

6. HC: 3 HL HT HPC HCL HE CR 06

7. Ciclo Escolar: 2012-2 8. Etapa de formación a la que pertenece: Terminal

9. Carácter de la Unidad de aprendizaje: Obligatoria Optativa X

10. Requisitos para cursar la unidad de aprendizaje:

II. PROPÓSITO GENERAL DE LA UNIDAD DE APRENDIZAJE

Conocer y desarrollar estrategias efectivas de administración que sean aplicables a agronegocios basadas en la competitividad para fortalecer el posicionamiento de empresas del agro.

III. COMPETENCIA DE LA UNIDAD DE APRENDIZAJE

Diseñar estrategias efectivas de administración en agronegocios aplicando metodologías y enfoques de competitividad para lograr un posicionamiento con base en valores éticos.

IV. EVIDENCIA (S) DE DESEMPEÑO

Elaboración de un plan estratégico en agronegocios de la región, basado en el posicionamiento y competitividad dentro del mercado al que pertenece la empresa.

V. DESARROLLO POR UNIDADES

Competencia:

Conocer los diferentes enfoques de competitividad en los procesos agroindustriales mediante un análisis de área de agronegocios, para la identificación de la ventaja competitiva adecuada para la actividad sectorial de la empresa, con una actitud positiva, creativa y de pertenencia social.

Contenido

Duración

4 Hrs

UNIDAD I PROCESOS AGROINDUSTRIALES.

- 1.1 Concepto del Agronegocio.
- 1.2 Objetivo del Agronegocio.
- 1.3 Características de las empresas de Agronegocios.
 - 1.3.1 Entorno.
 - 1.3.2 Empresa Familiar.
- 1.4 Tipos de Agronegocios.
 - 1.4.1 Agrícola.
 - 1.4.2 Pecuaria.
 - 1.4.3 Acuícola.
 - 1.4.4 Avícola.
- 1.5 El rol de la competitividad en el ámbito de un entorno cambiante.
 - 1.5.1 La ventaja competitiva a nivel nacional.
 - 1.5.2 La ventaja competitiva a nivel regional.
 - 1.5.3 La ventaja competitiva sectorial.
- 1.6 La Administración en empresas de agronegocio en México.
 - 1.6.1 Diferencias entre empresas tradicionales y de agronegocios.
 - 1.6.1.1 Proceso productivo.
 - 1.6.1.1.1 Abastecimiento de Insumos.
 - 1.6.1.1.2 Áreas Funcionales (Operación, Finanzas, Personal y Administración).
 - 1.6.1.1.3 Consumidor final.

V. DESARROLLO POR UNIDADES

Competencia

Aplicar herramientas de análisis para la detección de las necesidades en empresas de agronegocios a través de un diagnóstico para identificar los puntos críticos de la administración, con respeto social y solidaridad.

Contenido

Duración

9 Hrs

UNIDAD II ANÁLISIS DE LAS NECESIDADES Y ASPECTOS CRÍTICOS DE LA ADMINISTRACIÓN, QUE INFLUYEN EN EL LOGRO DE LOS OBJETIVOS A CORTO Y LARGO PLAZO DE LAS EMPRESAS DE AGRONEGOCIOS.

2.1 Análisis de Necesidades.

2.1.1 Realizar un pre diagnóstico por medio de entrevistas, encuestas u observación.

2.1.2 Generar el Diagnóstico interno y externo.

2.1.3 Aplicar herramientas de análisis como FODA o Cadena de Valor.

2.2 Aspectos críticos de la Administración.

2.2.1 Descripción del entorno interno.

2.2.2 Descripción del entorno externo.

V. DESARROLLO POR UNIDADES

Competencia

Diseñar estrategias administrativas a través de los modelos modernos de administración para la óptima colocación de los productos del agro, de manera responsable.

Contenido

Duración

9 Hrs

UNIDAD III ESTRATEGIAS MODERNAS DE ADMINISTRACIÓN EN AGRONEGOCIOS DE MERCADOS LOCALES E INTERNACIONALES.

- 3.1 Conceptualización de los Clusters.
- 3.2 Los Clusters en la economía actual.
- 3.3 La competitividad en los clusters.
- 3.4 Redes Agrícolas.
- 3.5 Cadenas agroalimentarias.
- 3.6 Casos de estudio.

V. DESARROLLO POR UNIDADES

Competencia

Diseñar un plan estratégico para la evaluación de oportunidades en el mercado, a través del análisis de los diferentes ambientes, a fin de promover la creatividad e iniciativa, para detectar áreas de oportunidad, con ética profesional.

Contenido

Duración

6 Hrs

UNIDAD IV PLANES DE APLICACIÓN ESTRATÉGICA EN LA ADMINISTRACIÓN PARA EMPRESAS DE AGRONEGOCIOS.

- 4.1 Concepto de planeación.
- 4.2 Importancia de la planeación.
- 4.3 Respuesta estratégica en un entorno turbulento.
- 4.4 Estudio de cambio en el entorno.
- 4.5 Planeación estratégica-táctica-operativa.
- 4.6 Proceso de formulación de un plan estratégico.
 - 4.6.1 Misión.
 - 4.6.2 Visión.
 - 4.6.3 Objetivos.
 - 4.6.4 Principios.
 - 4.6.5 Análisis del Ambiental.
 - 4.6.6 Análisis de Recursos.
 - 4.6.7 Identificación de oportunidades de la estrategia.
 - 4.6.8 Determinación de un plan estratégico.

V. DESARROLLO POR UNIDADES

Competencia

Analizar la importancia de la mercadotecnia especializada en agronegocios como una ventaja competitiva para el éxito de sus objetivos, con ética y profesionalismo.

Contenido

Duración

20 Hrs

UNIDAD V LA MERCADOTECNIA COMO UNA HERRAMIENTA DE DIFERENCIACIÓN COMPETITIVA QUE POTENCIALICE LA PRODUCTIVIDAD DE LAS EMPRESAS DEL AGRO.

5.1 Mezcla de Mercadotecnia las 5 C's

5.1.1 Compañía.

5.1.2 Colaboradores.

5.1.3 Clientes.

5.1.4 Competencia.

5.1.5 Contexto.

5.2 Estrategias de Mercado.

5.2.1 Ventajas Competitivas.

5.2.2 Servicio al Cliente.

5.2.3 Diferenciación de Productos.

5.2.4 Segmentación.

5.2.5 Nicho de Mercado.

5.2.6 Patentes y Marca.

5.3 Desarrollo del Plan de negocios.

VI. ESTRUCTURA DE LAS PRÁCTICAS

No. de Práctica	Competencia(s)	Descripción	Material de Apoyo	Duración
1	Diseñar un plan estratégico para la evaluación de oportunidades en el mercado, a través del análisis de los diferentes ambientes, a fin de promover la creatividad e iniciativa, para detectar áreas de oportunidad, con ética profesional.	Elaboración de un plan que identifique estrategias viables de mercado	Investigación Documental directa e indirecta Uso del internet	6 Horas
2	Analizar la importancia de la mercadotecnia especializada en agronegocios como una ventaja competitiva para el éxito de sus objetivos, con ética y profesionalismo.	Analizar la importancia de una ventaja competitiva	Lluvia ideas Entrevistas Encuestas Internet Investigación documental	10 Horas

VII. METODOLOGÍA DE TRABAJO

- Exposición del maestro.
- Exposiciones de los alumnos.
- Investigación documental.
- Diagnostico.
- Lluvia de ideas.
- Observación.
- Entrevista.
- Encuestas.

VIII. CRITERIOS DE EVALUACIÓN

Examen Teórico	40%
Plan de Negocios	30%
Plan Estratégico	30%
	100%
Trabajo Final Obligatorio	

IX. BIBLIOGRAFÍA

Básica

- Guerra, E. G., Aguilar V. Alfredo. Planeación Estratégica, México, D.F. Editorial Limusa, 2006. ISBN 968-18-5450-0
- Rodriguez J. Como aplicar la Planeacion Estrategica a la Pequena y Mediana Empresa, Mexico, D.F. Thomson 2006. ISBN 970-686-379-6
- Spga C. Proyectos de inversión, Formulacion y Evaluacion, Mexico, D.F. Pearson 2007. ISBN 13:978-970-260-96-43, 10;970-260-964X
- Thomson A. Administración Estratégica, México D.F. Mc Graw Hill 2008. ISBN 13:978-970-10-6402-3, ISBN 10:970-10-6402X

Complementaria

- Alcaraz Rafael. El Emprendedor de Éxito, Guía de Planes de Negocios, McGraw Hill, 2011. ISBN 9786071506115
- Baca Urbina G. Evaluación de proyectos., Mc. Graw Hill, 2001 ISBN 970103001X, 9789701030011
- Chase R. Administracion de la Producción y Operación para una Ventaja Competitiva, México, D.F. Thomson 2005. ISBN 0-538-89108-4
- Guerra, E. G., Aguilar V. Alfredo. Economía del Agronegocio, México D.F., Editorial Limusa, 2004. ISBN 968-18-5241-9
- Guerra E. Guillermo. El agronegocio y la empresa agropecuaria frente al siglo XXI, México D.F. IICA, 2002. ISBN 92-9039-527-3
- Guerra, E. G., Aguilar V. Alfredo. Manuel practico para la administración del agronegocio. México D.F. Editorial Limuna, 1994. ISBN 968-18-4667-2
- Sellenave J. Gerencia y Planeacion Estrategica, Mexico, D.F. Grupo Editotial Norma 2002. ISBN 958-04-7029-4