

PROGRAMA ANALÍTICO

Carrera: PROGRAMA DE INGENIERIA COMERCIAL

Programa de: INTRODUCCION A LA ING. COMERCIAL

Código SIS: 1301131

Nivel: Primer Semestre

N° Hrs. de clases Teóricas: 6 Hrs.

N° Hrs. de clases Prácticas:

Prerrequisitos:

ÁREAS DE COORDINACIÓN CURRICULAR

VERTICAL

HORIZONTAL

1) Ninguno.

1) Teoría y técnicas de la Organización.

1) Contabilidad Gerencial
2) Álgebra Lineal
3) Calculo I
4) Metodología de la Investigación I

Objetivos:

- Formar a los futuros ingenieros comerciales con una visión amplia del contexto empresarial y su entorno, de manera que conozca sus futuras actividades en cada una de las áreas que conforman la empresa, ya sea de producción o de servicios.

Contenidos Mínimos:

- 1. CONCEPTOS BASICOS.**
 - 1.1. Que es la Ingeniería Comercial. Definición. Historia
 - 1.2. Ámbito de Trabajo y desenvolvimiento
 - 1.3. Habilidades y destrezas que debe desarrollar el Ingeniero comercial
- 2. CONCEPTOS GENERALES DE LA ORGANIZACIÓN**
 - 2.1. Comprender que es una organización
 - 2.2. ¿Por qué son necesarias las organizaciones?
 - 2.3. Modalidades de las organizaciones
 - 2.4. Entorno e interdependencia
 - 2.5. Las tendencias de los Negocios
- 3. CONCEPTOS GENERALES DE EMPRESA**
 - 3.1. ¿Qué es administrar una empresa?
 - 3.2. Áreas de la Empresa
 - 3.3. Descripción de las tareas de una administrador
- 4. CONCEPTOS GENERALES DE LA CREACION DE EMPRESAS**
 - 4.1. Generación de Ideas
 - 4.2. Descripción del emprendimiento
 - 4.3. Plan de marketing
 - 4.4. Plan financiero
 - 4.5. Plan operativo
 - 4.6. Gestión y operación**

Bibliografía:

- 1) GARZA TREVIÑO J. G., Administración Contemporánea, McGraw-Hill, 2000
- 2) KOTLER P., Administración de Marketing, McGraw-Hill.
- 3) HERNÁNDEZ, RODRÍGUEZ; Administración, Pensamiento, Estrategia y Vanguardia.

