



# **Universidad Autónoma del Estado de México**

## **Licenciatura en Mercadotecnia**

**Programa de estudio de la unidad de aprendizaje:**

### **Macroeconomía**



I. Datos de identificación

Espacio educativo donde se imparte

Licenciatura

Unidad de aprendizaje  Clave

Carga académica      
Horas teóricas Horas prácticas Total de horas Créditos

Período escolar en que se ubica

Seriación    
UA Antecedente UA Consecuente

Tipo de UA Curso  Seminario  Laboratorio  Curso taller  Taller  Práctica profesional

Otro tipo de UA, especificar: \_\_\_\_\_

Modalidad educativa:  
Escolarizada. Sistema rígido   
Escolarizada. Sistema flexible   
No escolarizada. Sistema virtual   
No escolarizada. Sistema a distancia   
No escolarizada. Sistema abierto   
Mixta, especificar: \_\_\_\_\_

Formación académica común:  
Administración 2003   
Contaduría 2003   
Informática Administrativa 2003   
Mercadotecnia 2010

Formación académica equivalente:

UA



## II. Ubicación de la unidad de aprendizaje en el mapa curricular

**Núcleo de formación:** Básico.

**Área Curricular:** Economía.

**Carácter de la UA:** Obligatoria.

## III. Objetivos de la formación profesional

### Objetivos del programa educativo

Formar profesionales con un alto sentido de responsabilidad, de ética y de servicio, así como una visión integral para intervenir en las organizaciones, de modo que puedan combinar los recursos humanos, financieros, técnicos y materiales frente a la realidad compleja del mundo globalizado.

El Licenciado en Mercadotecnia contará con las competencias y aprendizajes para:

- Investigar las necesidades o preferencias de los consumidores.
- Analizar el mercado real y potencial para establecer la mezcla de mercadotecnia idónea.
- Aplicar técnicas de reclutamiento, selección, contratación y supervisión de personal.
- Aplicar modelos y técnicas de planeación estratégica de mercadotecnia adecuada.
- Aplicar técnicas de planeación financiera, programación y control de ventas.
- Aplicar técnicas para el posicionamiento y mantenimiento de producto o servicio, y la adecuada distribución del mismo.
- Aplicar técnicas de precios, promoción, fuerza de ventas.
- Importar y exportar productos.
- Aplicar tecnologías de la información y comunicación.
- Desarrollar programas de anuncios promocionales, campañas de publicidad y propaganda.
- Diseñar e implementar pronósticos y presupuestos de ventas.
- Diseñar, analizar e interpretar sistemas de información mercadológicos.
- Elaborar y evaluar proyectos de inversión.
- Gestionar marcas y patentes.
- Operar tecnologías de e-commerce y e-business.
- Realizar investigación administrativa de la teoría de la mercadotecnia.
- Realizar investigación de mercados.



### **Objetivos del núcleo de formación:**

Promover en el alumno/a el aprendizaje de las bases contextuales, teóricas y filosóficas de sus estudios, la adquisición de una cultura universitaria en las ciencias y las humanidades, y el desarrollo de las capacidades intelectuales indispensables para la preparación y ejercicio profesional, o para diversas situaciones de la vida personal y social.

### **Objetivos del área curricular o disciplinaria:**

Utilizar los conceptos de la teoría económica.

Evaluar las relaciones macroeconómicas y emplear las leyes económicas como instrumento de análisis.

Explicar las interrelaciones fundamentales entre la macro y microeconomía.

Analizar los principales aspectos microeconómicos de la empresa.

## **IV. Objetivos de la unidad de aprendizaje**

### **Objetivo general:**

Identificar y utilizar para la toma de decisiones los aspectos de la teoría económica, analizando las diferentes escuelas, la contabilidad nacional, las políticas monetaria y fiscal y las principales variables macroeconómicas.

## **V. Contenidos de la unidad de aprendizaje y su organización.**

1. Conocer y analizar las diferentes aportaciones de las corrientes del pensamiento económico, para formarse diferentes criterios de la aplicación de las mismas.

1.1. Principales teorías del pensamiento económico.

1.1.1 Platón y Aristóteles.

1.1.2 Tomás de Aquino.

1.1.3 Mercantilistas.



- 1.1.4 Fisiócratas.
- 1.1.5 Clásicos.
- 1.1.6 Marxistas.
- 1.1.7 Neoclásicos.
- 1.1.8 Keynesianos.
- 1.1.9 Estructuralistas.
- 1.2. Teoría macroeconómica.
  - 1.2.1. Definición.
  - 1.2.2. Campo de estudio.
  - 1.2.3. Objetivos.
- 1.3. Estadísticas demográficas.
  - 1.3.1. Población ocupada.
  - 1.3.2. Población desocupada abierta.
  - 1.3.3. Población subempleada.
  - 1.3.4. PEA.
  - 1.3.5. PEI.
2. Describir el aparato productivo mexicano y su interrelación sectorial, para obtener ciertos indicadores económicos.
  - 2.1. Estructura sectorial del aparato productivo.
    - 2.1.1. Definición de cada sector.
    - 2.1.2. Ramas sectoriales de actividad.
    - 2.1.3. 2.1.3 Funciones macroeconómicas sectoriales de producción.
  - 2.2. Relaciones Intersectoriales de Producción.
    - 2.2.1. Matriz de insumo producto (definición y estructura).
    - 2.2.2. Agregados macroeconómicos contenidos en ella (valor agregado, insumos o demanda intermedia, demanda final y valor bruto de la producción).



- 2.3. Demanda agregada.
  - 2.3.1. Definición.
  - 2.3.2. Determinantes.
  - 2.3.3. Componentes.
  - 2.3.4. Expansión y contracción.
- 2.4. Oferta agregada.
  - 2.4.1. Definición.
  - 2.4.2. Determinantes.
  - 2.4.3. Expansión y contracción.
  - 2.4.4. Interacción de la oferta y la demanda agregada.
- 3. Identificar y aplicar las etapas del proceso administrativo en las áreas organizacionales.
  - 3.1. Etapas del proceso administrativo.
  - 3.2. Planeación estratégica.
    - 3.2.1. Concepto y principios.
    - 3.2.2. Objetivos, Políticas, Programas, Presupuestos, Procedimientos, Estrategias, FODA.
  - 3.3. Organización.
    - 3.3.1. Concepto y principios.
    - 3.3.2. Tipología de la Organización, tipos de departamentalización, técnicas de la organización.
  - 3.4. Dirección.
    - 3.4.1. Concepto y principios.
    - 3.4.2. Motivación, Comunicación y Liderazgo, estrategias de negocios (UEN) Empowerment.
  - 3.5. Control.
    - 3.5.1. Concepto y principios.
    - 3.5.2. control en las áreas funcionales.



- 3.5.3. (Concepto o elemento de sub tema).
4. Identificar las competencias gerenciales y las competencias de carácter operativo aplicables a la microempresa.
  - 4.1. Competencias gerenciales: Para la comunicación, para la administración, para el trabajo en equipo, en la acción estratégica, para la globalización, de manejo de personal.
  - 4.2. Competencias laborales: concepto, antecedentes, importancia.
5. Investigar el cambio y futuro de la administración.
  - 5.1. Teoría Keynesiana.
    - 5.1.1. Relación funcional entre el ingreso disponible y el consumo.
    - 5.1.2. Propensión media y marginal al consumo.
    - 5.1.3. Propensión media y marginal al ahorro.
  - 5.2. Inversión.
    - 5.2.1. Definición.
    - 5.2.2. Determinantes.
    - 5.2.3. Tipos.
    - 5.2.4. Inversión internacional.
  - 5.3. Eficacia marginal del capital.
  - 5.4. Multiplicador de la inversión.
  - 5.5. Efecto acelerador.
  - 5.6. Interacción de los dos efectos (supermultiplicador).
  - 5.7. Ciclo económico.
    - 5.7.1. Definición.
    - 5.7.2. Fases (recesión, depresión, expansión, auge).
  - 5.8. Determinación del equilibrio de la economía.
    - 5.8.1. Método de consumo-inversión.
    - 5.8.2. Método ahorro-inversión.



- 5.9. Desempleo.
  - 5.9.1. Efectos económicos.
  - 5.9.2. Efectos sociales.
- 5.10. Inflación.
  - 5.10.1. Definición.
  - 5.10.2. Causas (internas y externas).
  - 5.10.3. Tipos.
  - 5.10.4. Consecuencias económicas.
- 5.11. Política económica.
  - 5.11.1. Definición.
  - 5.11.2. Objetivos.
  - 5.11.3. Instituciones encargadas de su aplicación.
- 5.12. Componentes de la política económica.
  - 5.12.1. Política fiscal.
  - 5.12.2. Política monetaria.
  - 5.12.3. Política de comercio exterior.
  - 5.12.4. Política social.
  - 5.12.5. Política de gasto público.
- 6. Explicar la relación económica con el exterior a partir de deficiencias y fortalezas del aparato productivo nacional.
  - 6.1. Flujos de Comercio Internacional.
    - 6.1.1. Importaciones.
    - 6.1.2. Exportaciones.
  - 6.2. Ventajas y desventajas comparativas.
    - 6.2.1. La Balanza de Pagos.
    - 6.2.2. Definición.



6.2.3. Estructura (cuentas de la balanza).

6.3. Movimientos internacionales de capitales.

6.3.1. Capitales de riesgo (inversión extranjera directa).

6.3.2. Capitales de préstamo (inversión extranjera indirecta o deuda externa).

6.4. Mercado de divisas.

6.4.1. Tipos de cambio.

6.4.2. Políticas Cambiarias.

## VI. Acervo bibliográfico

Alles, Martha Alicia (2007). *Comportamiento organizacional: cómo lograr un cambio cultural a través de gestión por competencias*. Ed. Argentina. Ediciones GRANICA.

Cerda Gutiérrez, Hugo (2000). *La evaluación como experiencia total: logros - objetivos-procesos, competencias y desempeño*. Colombia. Cooperativa Editorial Magisterio.

Hellriegel, J. (2002). *Administración: un enfoque basado en competencias*. Colombia. Ed. Thomson.

Duncan, J. (1999). *Las ideas y las prácticas de la administración*. México. Ed. Oxford University.

Koontz; Harold y Wehrich H. (1999). *Administración*. Ed. Mc Graw-Hill. México.

Much Galindo Yolanda (2000). *Fundamentos de Administración*. Ed. Trillas. México.

James A. F. Stoner (s/f) *Administración*. Ed. Pretince Hall.

Blanchard Ken, Et. Al. *Empowerment*. Ed. Norma. México.

Claude S. George Jr. (s/f) *Historia del pensamiento administrativo*. Ed. Pretience Hall. México.

Münch (s/f). *Administración*. Ed. Pearson. México.

Lectura de artículos de revista, “expansión”, “mundo ejecutivo”, “Lideres Mexicanos”.



### **Sitios *Web*.**

Sistema nacional de Competencias: <http://www.conocer.gob.mx/>

Secretaría de Economía: <http://www.economia.gob.mx/>