

Universidad Autónoma de Baja California
 Coordinación General de Investigación y Posgrado



UNIVERSIDAD AUTÓNOMA DE BAJA CALIFORNIA
COORDINACIÓN GENERAL DE INVESTIGACIÓN Y POSGRADO
PROGRAMA DE UNIDAD DE APRENDIZAJE

Datos de identificación

Unidad académica: Facultad de Ciencias Marinas, Facultad de Ciencias e Instituto de Investigaciones Oceanológicas

Programa: Especialidad en Gestión Ambiental	Plan de estudios:
---	-------------------

Nombre de la unidad de aprendizaje: Emprendimiento Socioambiental

Clave de la unidad de aprendizaje:	Tipo de unidad de aprendizaje: Optativa
------------------------------------	---

Horas clase (HC):	1	Horas prácticas de campo (HPC):	
-------------------	---	---------------------------------	--

Horas taller (HT):	3	Horas clínicas (HCL):	
--------------------	---	-----------------------	--

Horas laboratorio (HL):		Horas extra clase (HE):	1
-------------------------	--	-------------------------	---

Créditos (CR): 5

Requisitos:

Perfil de egreso del programa

Con la experiencia de un año de trabajo en grupos interdisciplinarios donde se expresen y discutan las ideas, alternativas y soluciones generadas en torno a problemáticas socioambientales, el egresado será capaz de:

Formular estrategias y alternativas socioambientales innovadoras, mediante el uso de herramientas técnicas y metodológicas interdisciplinarias, con el fin de coadyuvar en la incorporación de la sustentabilidad ecológica y social en la política de gestión ambiental del desarrollo, con actitud propositiva, responsabilidad social y ética profesional.

Proponer alternativas de solución a los problemas en los socioecosistemas, mediante la aplicación de herramientas para el manejo de los recursos naturales, con la finalidad de contribuir a la conservación y aprovechamiento de los recursos naturales como un agente de cambio para el desarrollo sustentable, con objetividad, responsabilidad social y al medio ambiente.

Emplear herramientas relativas a la planificación ambiental, mediante el reconocimiento de las escalas espaciales y temporales de aplicación de los diferentes instrumentos de gestión, administración y normativos, para tener una visión integral de la planificación biofísica y socioeconómica asociada al territorio y sus recursos, con una actitud crítica, responsabilidad social y ética profesional.

Definiciones generales de la unidad de aprendizaje

Propósito general de esta unidad de aprendizaje:	Adquirir conocimientos y habilidades para la creación y puesta en marcha de una organización interdisciplinaria dirigida a formular estrategias y alternativas socioambientales innovadoras como una propuesta de solución de problemas en los socioecosistemas.
---	--

Universidad Autónoma de Baja California

Coordinación General de Investigación y Posgrado

Competencia de la unidad de aprendizaje:	Construir la estructura organizativa para la ejecución de proyectos interdisciplinarios, mediante el uso de herramientas técnicas y metodológicas de planeación, con la finalidad de dar solución a problemas en los socioecosistemas, con respeto, actitud colaborativa y responsabilidad social.
Evidencia de aprendizaje (desempeño o producto a evaluar) de la unidad de aprendizaje:	Al final del semestre, deberá presentar un proyecto final: consiste en una propuesta para la constitución de su propia organización y, además, realizar una exposición oral de la misma.

Temario	
I. Nombre de la unidad: Organizaciones socioambientales	Horas: 4
Competencia de la unidad: Analizar las estructuras de una organización socioambiental relevante al área de incursión, mediante una planeación y clasificación de los referentes teóricos y el enfoque socioambiental, para la puesta en marcha de una organización, con responsabilidad y actitud propositiva.	
Tema y subtemas:	
<ul style="list-style-type: none"> 1.1 Planeación de la organización 1.2 Clasificación de organizaciones por giro, tamaño y actividad 1.3 Diseño del organigrama y Análisis FODA 1.4 Análisis del área de incursión 1.5 Liderazgo y emprendimiento 	
Prácticas (taller):	Horas: 12
<p>Taller 1: El trabajo organizativo. Mediante una serie de dinámicas, los alumnos identificarán las distintas formas organizativas y sus propósitos.</p> <p>Taller 2: Análisis FODA. El objetivo de este taller es llevar a cabo un análisis a profundidad sobre las capacidades de emprendimiento organizativo. Para ello, mediante una dinámica sencilla, se llevará a cabo en dos etapas el análisis FODA.</p>	

II. Nombre de la unidad: Tramitología de la organización	Horas: 4
Competencia de la unidad: Planificar el establecimiento de organizaciones socioambientales, mediante la integración de las pautas y requerimientos administrativos necesarios, para la conformación de éstas, en un ambiente de colaboración, humildad y respeto.	
Tema y subtemas:	
<ul style="list-style-type: none"> 2.1 Inscripción al Registro Federal de Contribuyentes 2.2 Trámites para la constitución de una sociedad mexicana 2.3 Trámites para realizar habitualmente actos de comercio 2.4 Régimen de la propiedad inmobiliaria 2.5 Requerimientos locales 2.6 Otros trámites 	
Prácticas (taller):	Horas: 12
<p>Taller 3: La formalización. El objetivo de este taller es procurar recrear de la manera más realista, la formalización de una organización. Para ello, los alumnos se verán involucrados en un juego de roles moderado por el responsable de la unidad y deberán seguir instrucciones respecto al proceso de formalización de una organización.</p>	

Universidad Autónoma de Baja California
 Coordinación General de Investigación y Posgrado

III. Nombre de la unidad: Marketing	Horas: 4
Competencia de la unidad: Emplear los elementos de mercadotecnia, a través de metodologías científicas y tecnológicas que permita comprender el lenguaje técnico y metódico, para interpretar las problemáticas y necesidades de las organizaciones socioambientales, con disposición, honestidad y trabajo en equipo.	
Tema y subtemas: 3.1 El papel de la mercadotecnia en la empresa y su impacto 3.2 El mercado y el consumidor 3.3 Planeación del producto (ciclo de vida del producto, políticas de precios, publicidad: imagen corporativa, marca, estándares de calidad, eslogan, logo, etiqueta, envase, embalaje, servicio post-venta) 3.4 Lanzamiento, promoción y ventas 3.5 Estrategias de Mezcla de Mercadotecnia 3.6 Plan de mercadotecnia	
Prácticas (taller): Taller 4: Mezcla de Mercadotecnia. En este taller los alumnos propondrán una mezcla de mercadotecnia aplicado a su trabajo final y propondrán los principales elementos de un producto, asociado a su precio, con una promoción y un método de distribución. Taller 5: Estrategia de promoción. A través de este taller, los estudiantes evidenciarán la importancia de estructurar adecuadamente un plan de mercadotecnia.	Horas: 12

IV. Nombre de la unidad: Procuración de fondos	Horas: 4
Competencia de la unidad: Valorar las estrategias en materia de opciones de financiamiento y mecanismos de elección, mediante estudio de casos, para el establecimiento y desarrollo de la organización socioambiental, con responsabilidad, y disposición al trabajo en equipo.	
Tema y subtemas: 4.1 Financiamiento interno 4.2 Financiamiento externo 4.3 Financiamiento federal 4.4 Financiamiento de última generación 4.5 Apalancamiento	
Prácticas (taller): Taller 6: Planeación y solicitud de financiamiento. El objetivo de este taller es que los estudiantes, mediante actividades de búsqueda tanto en internet como consulta a expertos respecto de las opciones de financiamiento, consoliden una efectiva solicitud del mismo, para una organización socioambiental.	Horas: 12

Estrategias de aprendizaje utilizadas: <ul style="list-style-type: none"> ● Se realizarán análisis de lecturas de publicaciones científicas selectas. Para su comprensión, los alumnos participarán en actividades diversas como son: juego de palabras, elaboración de mapas mentales, entre otras estrategias didácticas. ● En la parte de talleres se realizarán dinámicas con materiales diversos, así como con el uso de computadoras y dispositivos que permitan la consulta por internet de determinada información requerida. ● Se elaborará un proyecto final individual o en equipo en el cual se pongan en práctica los temas vistos en el transcurso de la unidad de aprendizaje.
--

<p>Criterios de evaluación:</p> <p>Cuatro exámenes: 40%</p> <p>Tareas, exposiciones: 10%</p> <p>Productos del taller: 10%</p> <p>Proyecto final escrito: 20%</p> <p>Proyecto final oral: 20%</p> <p>Total: 100%</p> <p>Criterios de acreditación:</p> <ul style="list-style-type: none">• El estudiante debe cumplir con lo estipulado en el Estatuto Escolar vigente u otra normatividad aplicable.• Calificación en escala de 0 al 100, con un mínimo aprobatorio de 70.
<p>Bibliografía:</p> <p>Analoui, F. & Karami, A. (2003). <i>Strategic Management. In small and Medium Enterprises</i>. Thomson Learning. London: [Clásico].</p> <p>Baca, U. (2013). <i>Evaluación de Proyectos. (7ª. ed)</i>. México: McGraw Hill. [Clásico].</p> <p>David, F.R. (2013). <i>Strategic Management. Concepts and Cases</i>. Harlow: Pearson Education Ltd. [Clásico].</p> <p>Engle, D.R., Quagraine, K.K. & Dey, M. (2016). <i>Seafood and Aquaculture Marketing Handbook (2a. ed.)</i>. United States of America: Wiley- Blackwell.</p> <p>Franco, D. C. (2016). Diseño de Proyectos Sociales. Aplicaciones prácticas para su planificación, gestión y evaluación. Teoría de la Educación; <i>Revista Interuniversitaria</i>, 28(1), 257. https://search.proquest.com/openview/a80743a4457faa16290d522dede9a672/1?pq-origsite=gscholar&cbl=2032105</p> <p>Hitt, M., Duane, I., Hoskisson, R. (2015). <i>Administración estratégica: competitividad y globalización: conceptos y casos</i>. (11ª ed.) Cengage Learning.</p> <p>Klotler, P., & Armstrong, G. (2003). <i>Fundamentos de Marketing</i>. (6ª ed.). México: Editorial Pearson. [Clásico].</p> <p>Longenecker, J. G. (2012). <i>Administración de Pequeñas Empresas: Lanzamiento y Crecimiento de iniciativas de emprendimiento</i>. (16ª ed.). México: Cengage Learning Editores.</p> <p>Ries, E. (2011). <i>The Lean Startup: how today's entrepreneurs use continuous innovation to create radically successful businesses. (1ª ed.)</i>. New York: Crown Business. [Clásico].</p> <p>Rivas Tovar, L. A. (2009). Evolución de la teoría de la organización. <i>Revista Universidad Y Empresa</i>, 11(17), 11-32. Recuperado de https://revistas.urosario.edu.co/index.php/empresa/article/view/1083</p>
<p>Fecha de elaboración: marzo del 2021</p>
<p>Perfil del profesor: Licenciatura en áreas afines y/o posgrado. Con experiencia profesional de dos años en el campo de diseño y evaluación de proyectos.</p>
<p>Nombres y firmas de quienes diseñaron el Programa de Unidad de Aprendizaje:</p> <p>Dra. María Cristina Garza Lagler Facultad de Ciencias Marinas</p>

Universidad Autónoma de Baja California

Coordinación General de Investigación y Posgrado

Dra. Miroslava Vivanco Aranda

Facultad de Ciencias Marinas

Nombre y firma de quienes autorizaron el Programa de Unidad de Aprendizaje:

Dra. Lus Mercedes López Acuña

Directora de la Facultad de Ciencias Marinas

Dr. Alberto Leopoldo Morán y Solares

Director de la Facultad de Ciencias

Dr. Luis Walter Daesslé Heuser

Director del Instituto de Investigaciones Oceanológicas

Nombres y firmas de quienes evaluaron/revisaron) de manera colegiada el Programa de Unidad de Aprendizaje:

Dra. Sorayda Aimé Tanahara Romero

Facultad de Ciencias Marinas

Dr. Ramón Galván Sánchez

Facultad de Ciencias Administrativas y Sociales