



UNIVERSIDAD NACIONAL AUTÓNOMA DE MÉXICO
 FACULTAD DE CONTADURÍA Y ADMINISTRACIÓN
 PLAN DE ESTUDIOS DE LA LICENCIATURA EN
 INFORMÁTICA
 Programa de la asignatura



Comportamiento Ejecutivo

Clave:	Semestre: 4° - 5°	Área o campo de conocimiento: Informática		No. Créditos: 8
Carácter: Optativa de elección Complementaria		Horas		Horas al semestre
Tipo: Teórica		Teóricas:	Prácticas:	4
		4	0	
Modalidad: Curso		Duración del programa: Semestral		

Seriación: Si () No (X) Obligatoria () Indicativa ()

Asignatura con seriación antecedente: Ninguna

Asignatura con seriación subsecuente: Ninguna

Objetivo general:

El alumno comprenderá la importancia de un desarrollo integral para su correcto comportamiento en el mundo laboral.

Índice Temático

Unidad	Tema	Horas	
		Teóricas:	Prácticas:
I.	Definición del perfil del licenciado en informática.	4	0
II.	Integración del licenciado en informática en la sociedad y en el mundo laboral	12	0
III.	Responsabilidad social del licenciado en informática	10	0
IV.	Imagen y desarrollo ejecutivo	8	0
V.	Manejo de la proyección profesional	10	0
VI.	Tipos de comunicación personal	10	0
VII.	Valores profesionales y personales en el ámbito laboral y tecnológico	10	0
Total de horas:		64	0
Suma total de horas:		64	

Bibliografía básica

- HAIR, Joseph, *“Administración de Ventas”*; México, Cengage Learning, 1ª Edición, 2010, 434 pp.
- HARTLEY Robert F., *“Administración de Ventas”*; México: CECSA, 3ª Edición, 2004, 257 pp.
- MARSHALL Johnston, *“Administración de Ventas”*; México: Mc Graw Hill. 7ª Edición, 2004, 659 pp.
- LAMBIN, Jean-Jaques, *“Dirección de Marketing: Gestión Estratégica y Operativa del Mercado”*; México Mc Graw Hill, 2009, 596 pp.
- LEHMANN, Donald, *“Administración del Producto”*; México, Mc Graw Hill, 2007, 502 pp.
- LOVELOCK, Christopher, *“Marketing de Servicios”*; México, 6ta Edición, 2009, 650 pp.
- MERCADO H. Salvador; *“Administración de Ventas. Cómo Convertir las Ventas en Utilidades”*; México: Thomson, 2002, 354 pp.
- STANTON William, BUSKIRK H. Richard, SPIRA L. Rosann; *“Ventas, Conceptos, Planificación y Estrategias”*; Colombia: Mc Graw Hill, 9ª Edición, 2003, 536 pp.
- TOWNSLEY María; *“Ventas al Detalle”*; México: Thomson, Serie Business, 2004, 168 pp.

Bibliografía complementaria

- CZINKOTA Michael R, KOTABLE Masaki. *“Administración de Mercadotecnia”*; México: Thomson, 2ª Edición, 2001, 599pp.
- FERNADEZ Valiñas Ricardo. *“Fundamentos de Mercadotecnia”*; México, Thomson, 2002, 336 pp.
- FISCHER Laura, ESPEJO Jorge. *“Mercadotecnia”*; México, Mc Graw Hill, 3ª Edición, 2004, 540 pp.
- KERIN A. Roger, BERKOWITZ N. Eric, HARTLEY W. Steven, RUDELIUS William. *“Marketing”*; México, Mc Graw Hill, 7ª Edición, 2003, 857 pp.
- KOTLER Philip. - *“Dirección de Marketing”* (La edición del milenio), México: Pearson Prentice Hall, 10ª Edición, 2001, 718 pp.
- KOTLER Philip, ARMSTRONG Gary. *“Fundamentos de Marketing”*; México: Pearson Prentice Hall, 6ª Edición, 2003, 589 pp.
- KOTLER Philip, ARMSTRONG Gary. - *“Marketing”*; México: Pearson. Prentice Hall, 8ª Edición, 2001, 691 pp.
- LAMB W. Charles, HAIR F. Joseph, MC DANIEL Carl. *“Marketing”*; México: Thomson, 6ª Edición, 2002, 751 pp.
- MC CARTHY Jerome, PERREAUULT William. *“Marketing, Un Enfoque Global”*; México, Mc Graw Hill, 13ª Edición, 2001, 797 pp.
- SANDHUSEN Richard L. *“Mercadotecnia”*; México: CECSA, 2002, 660p.p.
- STANTON William, ETZEL Michael, BRUCE J. Walker. *“Fundamentos de Marketing”*; México, Mc Graw Hill, 13ª Edición, 2003, 764 pp.

Sugerencias didácticas:		Mecanismos de evaluación del aprendizaje de los alumnos:	
Exposición oral	(X)	Exámenes parciales	(X)
Exposición audiovisual	(X)	Examen final escrito	(X)
Ejercicios dentro de clase	(X)	Trabajos y tareas fuera del aula	(X)
Ejercicios fuera del aula	(X)	Exposición de seminarios por los alumnos	(X)
Seminarios	(X)	Participación en clase	(X)
Lecturas obligatorias	(X)	Asistencia	(X)
Trabajo de investigación	()	Seminario	()
Prácticas de taller o laboratorio	()	Otras:	()
Prácticas de campo	()		
Otras:	()		

Perfil profesiográfico:

Licenciatura en Informática.
 Experiencia profesional deseable.
 Haber realizado publicaciones o investigaciones.
 Tener experiencia docente mínima de 2 años.