



Universidad Autónoma del Estado de México
Secretaría de Docencia
Facultad de Ciencias Políticas y Sociales



PROGRAMA DE ESTUDIO POR COMPETENCIAS

I. IDENTIFICACIÓN DE LA UNIDAD DE APRENDIZAJE

ESPACIO ACADÉMICO: FACULTAD DE CIENCIAS POLÍTICAS Y SOCIALES							
PROGRAMA EDUCATIVO: Licenciatura en Ciencias Políticas y Administración Pública					ÁREA DE DOCENCIA: Ciencias Políticas y Administración Pública		
APROBACIÓN DE LOS H.H. CONSEJOS (480) ACADÉMICO Y DE (531) GOBIERNO		Fecha de aprobación: 9 de Enero de 2009			Programa elaborado por: Dr. Alejandro Macedo García		
ACTUALIZACIÓN APROBADA POR LOS H.H. CONSEJOS (690) ACADÉMICO Y DE (767) GOBIERNO		Fecha de actualización: 29 de Noviembre de 2018			Programa actualizado por: Dra. Delia Gutiérrez Linares		
NOMBRE DE LA UNIDAD DE APRENDIZAJE: Sistemas de Información y Tecnología Aplicada							
CLAVE	HORAS DE TEORÍA	HORAS DE PRÁCTICA	TOTAL DE HORAS	CRÉDITOS	TIPO DE UNIDAD DE APRENDIZAJE	CARÁCTER DE LA UNIDAD DE APRENDIZAJE	NÚCLEO DE FORMACIÓN
L42818	2	2	64	6	Curso	Optativa	Integral
PRERREQUISITOS: Ninguna		UNIDAD DE APRENDIZAJE ANTECEDENTE: Ninguna			UNIDAD DE APRENDIZAJE CONSECUENTE: Ninguna		
PROGRAMAS ACADÉMICOS EN LOS QUE SE IMPARTE: Licenciatura en Ciencias Políticas y Administración Pública							



II. PRESENTACIÓN

La unidad de Sistemas de Información y Tecnología Aplicada que se encuentra en el núcleo integral de las disciplinas complementarias, permitirá al alumno el manejo de sistemas de información, a través de los cuales obtendrá información de una forma eficaz, eficiente y sistemática; así como su búsqueda, recopilación, clasificación, procesamiento, organización, análisis y evaluación, para la elaboración, desarrollo e implementación de escenarios en la búsqueda de toma de decisiones en mercadotecnia política.

La sistematización de la información en la mercadotecnia política permite obtener y suministrar con una mayor rapidez la información proveniente de diversas fuentes, así como el identificar y capitalizar problemas y oportunidades que se presenten con una información estratégica organizada, lo que permite disminuir la incertidumbre en los ambientes tan proclives al cambio como los que se registran en los tiempos actuales.

El curso comprende de cuatro unidades de competencia:

- Teoría General de Sistemas.
- Sistemas de información y nuevas tecnologías en mercadotecnia política.
- Investigación y manejo de información.
- Diseño de estrategias, escenarios y toma de decisiones.

Las nuevas tecnologías que presentan tres características fundamentales: movilidad, capacidad de almacenamiento y velocidad, permiten la conformación de sistemas de información, los cuales en su forma más simple se constituyen de: entradas, procesos, salidas y retroalimentación. Lo importante de los sistemas de información es el grado de uso de los datos obtenidos.

III. LINEAMIENTOS DE LA UNIDAD DE APRENDIZAJE

DEL PROFESOR	DEL ESTUDIANTE
Cubrir el programa al 100%. Asistencia al 100% de las sesiones. Establecer el sistema de evaluación en la primera sesión del curso. Otorgar una calificación al alumno. Retroalimentar y evaluar oportunamente en el desarrollo de las unidades del curso. Promover el trabajo en equipo.	Puntualidad. Presentarse a las evaluaciones programadas puntualmente. Leer la bibliografía marcada . Atención a la redacción de trabajos. Disposición para trabajo en equipo. Entrega de los trabajos en tiempo y forma. Las que marque el reglamento interno. Realice actividades extra aula y cumpla con la evaluación continua



IV. PROPÓSITO GENERAL

Entender los diferentes escenarios en los que se fundamenta la mercadotecnia política y aplicar las nuevas tecnologías hacia la organización de información estratégica.

V. COMPETENCIAS GENÉRICAS

Conocer, conceptualizar y emplear principios, postulados, leyes, métodos y técnicas fundamentales del quehacer político.
Comprender y manejar los sustentos teórico-epistemológicos de la investigación social y, a su vez, ser capaz de elaborar trabajos de investigación con rigor metodológico.
Manejar las diferentes etapas de la planeación administrativa, con el fin de intervenir en los procesos ejecutorios y de toma de decisiones, además de dominar las técnicas para el control de la gestión pública.
Entender y aplicar conocimientos y técnicas para involucrarse en la dinámica de las instituciones públicas, donde la toma de decisiones y el ejercicio del liderazgo son fundamentales.
Comprender y emplear conocimientos, técnicas y herramientas con el fin de lograr la eficiencia, la productividad y la calidad de los servicios que presta la administración pública.
Conciencia clara y comprometida con las necesidades y problemas regionales, nacionales y mundiales.

VI. ÁMBITOS DE DESEMPEÑO

Implementación de sistemas de información con tecnologías de vanguardia para mercadotecnia política en campañas políticas, procesos electorales, partidos políticos, dependencias gubernamentales.
Creación de consultarías en mercadotecnia política, electoral y/o gubernamental.
Desarrollo y manejo de bases de datos.

VII. ESCENARIOS DE APRENDIZAJE

Aula
Sala de cómputo
Biblioteca y hemerotecas



VIII. NATURALEZA DE LA COMPETENCIA

(Inicial, entrenamiento, complejidad creciente, ámbito diferenciado)

Complejidad creciente y ámbito diferenciado al ser una unidad de aprendizaje de carácter sustantivo; además de ser multidisciplinaria con diversas unidades de aprendizaje como: mercadotecnia social, poder y medios, opinión pública, poder y actores sociales, diseño de campañas, investigación y planeación estratégica de campañas, principalmente; y con conocimiento de sociología, ciencia política y medios de comunicación.

IX. ESTRUCTURA DE LA UNIDAD DE APRENDIZAJE

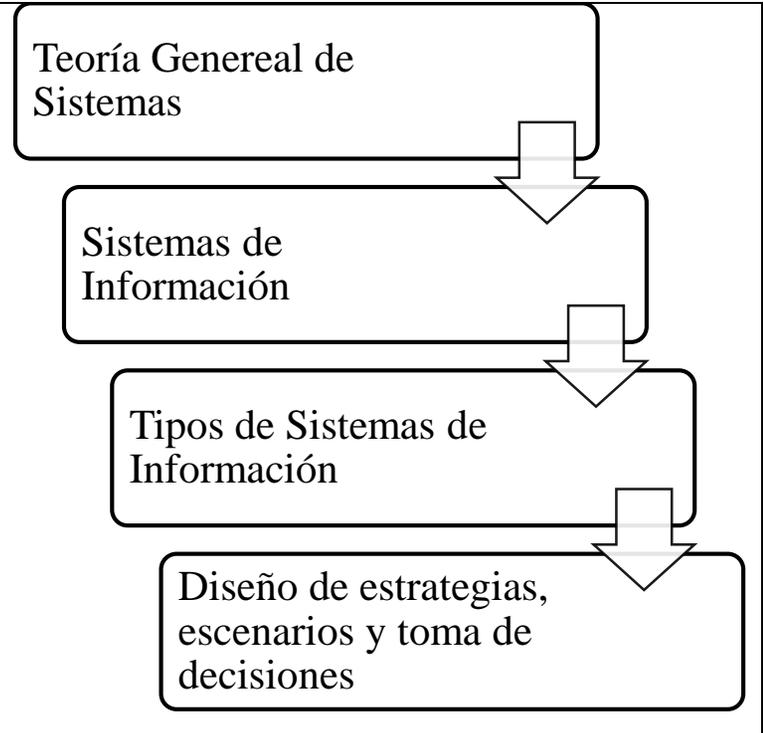
X. SECUENCIA DIDÁCTICA

Unidad I:
 Teoría General de Sistemas (TGS), permitirá contar con las bases para el desarrollo, implementación y manejo de sistemas de información con tecnologías de vanguardia.

Unidad II:
 Analizar el concepto que se forma de acuerdo a los dos iniciales: “Sistema” e Información” para con ello profundizar en la importancia del manejo de los mismos.

Unidad III:
 A continuación se desglosarán los diversos Sistemas de información y sus funciones para que el alumno encamine sus conocimientos de acuerdo al área en que se especifique.

Unidad IV:
 De acuerdo con toda la información que se ha desarrollado en el curso, el alumno tiene la tarea de crear un Sistema de Información, de manera que se pueda apreciar el trabajo práctico y teórico desarrollado durante el curso.





XI. DESARROLLO DE LAS UNIDADES DE COMPETENCIA

UNIDAD DE COMPETENCIA I	ELEMENTOS DE COMPETENCIA			
	CONOCIMIENTOS	HABILIDADES	ACTITUDES	VALORES
Teoría General de Sistemas. Conceptos.	Concepto de Teoría. General de Sistemas. Componentes de un sistema. Tipos de sistemas.	Análisis y síntesis. Búsqueda de información. Habilidad para el diálogo.	Participación en discusiones grupales. Investigación por cuenta propia. Postura crítica.	Honestidad. Objetividad. Tolerancia. Responsabilidad.
ESTRATEGIAS DIDÁCTICAS		RECURSOS REQUERIDOS		TIEMPO DESTINADO
Exposición del docente. Participación motivada. Autoestudio por el estudiante.		Laptop Cañón de proyección Lecturas		12 horas
EVIDENCIA				PONDERACIÓN
PRODUCTOS	CRITERIOS DE DESEMPEÑO			
Construcción de un mapa mental sobre el tema.	Dominio del concepto de Teoría General de Sistemas, sus componentes y tipos de sistemas a través de un mapa mental.			5 %
Participación en clase.	Participación y presentación clara y concisa sobre las lecturas extraclase.			5 %



Universidad Autónoma del Estado de México
Secretaría de Docencia
Facultad de Ciencias Políticas y Sociales



UNIDAD DE COMPETENCIA II	ELEMENTOS DE COMPETENCIA			
	CONOCIMIENTOS	HABILIDADES	ACTITUDES	VALORES
Sistemas de información Conceptos generales	Conceptos generales construidos en base a los conceptos por separado que sugiere la temática.	Análisis y manejo de componentes. Manejo de nuevas tecnologías. Manejo y construcción de bases de datos.	Capacidad de análisis anejo de información dentro del contexto, aplicando nuevas tecnologías en la mercadotecnia política.	Objetividad. Responsabilidad.
ESTRATEGIAS DIDÁCTICAS		RECURSOS REQUERIDOS		TIEMPO DESTINADO
Exposición del docente. Participación motivada. Autoestudio por el estudiante.		Laptop Cañón de proyección Lecturas		12 horas
EVIDENCIA				PONDERACIÓN
PRODUCTOS	CRITERIOS DE DESEMPEÑO			
Prácticas en clase para evaluar manejo de tecnología	Dominio de las herramientas y métodos de la mercadotecnia política.			10%
Reporte de lectura	Participación y presentación clara y concisa sobre las lecturas extraclase			5%



Universidad Autónoma del Estado de México
Secretaría de Docencia
Facultad de Ciencias Políticas y Sociales



UNIDAD DE COMPETENCIA III	ELEMENTOS DE COMPETENCIA			
	CONOCIMIENTOS	HABILIDADES	ACTITUDES	VALORES
Tipos de sistemas de información. Sistema de información Documental. Sistema de información Geográfica. Sistema de información Administrativo. a) Nómina b) R. Humanos Sistema de información de Marketing. Sistema de información Organizacional. Sistema de información Gerencial. Simuladores.	Obtención, manejo de información. Clasificación, análisis, evaluación y distribución de la información. Noción de: Manejo de bases de datos Geografía Administración Marketing Organización Gerencia	Análisis. Síntesis. Investigación.	Honestidad. Responsabilidad. Trabajo en equipo.	Honestidad. Responsabilidad Tolerancia
ESTRATEGIAS DIDÁCTICAS		RECURSOS REQUERIDOS		TIEMPO DESTINADO
Exposición del docente. Participación motivada. Autoestudio por el estudiante.		Laptop Cañón de proyección Lecturas		12 horas, de las cuales la totalidad serán teóricas
EVIDENCIA				PONDERACIÓN
PRODUCTOS	CRITERIOS DE DESEMPEÑO			
Exposición y Práctica en clase para evaluar el conocimiento de cada tema	Dominio del manejo de la información a través de un mapa mental que le permita la clasificación, análisis, evaluación y distribución de la información en la mercadotecnia política			45%



Universidad Autónoma del Estado de México
Secretaría de Docencia
Facultad de Ciencias Políticas y Sociales



UNIDAD DE COMPETENCIA IV	ELEMENTOS DE COMPETENCIA			
	CONOCIMIENTOS	HABILIDADES	ACTITUDES	VALORES
Diseño de estrategias, escenarios y toma de decisiones. Simuladores	Diseño de estrategias y escenarios. Creación de un sistema de información. Planeación, ejecución y control del sistema de información. Simuladores.	Análisis. Síntesis. Investigación. Capacidad de crítica. Manejo de información.	Participación en las discusiones de grupo. Análisis y manejo de información.	Honestidad. Responsabilidad. Trabajo en equipo.
ESTRATEGIAS DIDÁCTICAS		RECURSOS REQUERIDOS		TIEMPO DESTINADO
Exposición del docente. Participación motivada. Autoestudio por el estudiante. Trabajo de campo.		Laptop Cañón de proyección Lecturas		12 horas, de las cuales la totalidad serán teóricas
EVIDENCIA				PONDERACIÓN
PRODUCTOS	CRITERIOS DE DESEMPEÑO			
Implementación de un sistema de información a través de nuevas tecnologías.	Obtención, clasificación, análisis, evaluación y distribución de la información; así como su análisis, planeación, ejecución, control y toma de decisiones para la mercadotecnia política.			30%



XII. EVALUACIÓN Y ACREDITACIÓN

UNIDAD DE APRENDIZAJE	PRODUCTO	PORCENTAJE	TOTAL
I	Mapa mental y conceptual	5%	10%
	Participación en clase	5%	
II	Práctica en clase para evaluar manejo de tecnologías	10%	25%
	Reporte de lectura	5%	
III	Exposición	15%	70%
	Práctica en clase para evaluar conocimiento de cada tema	30%	
IV	Implementación de un sistema de información a través de nuevas tecnologías.	30%	100%

Para acreditar la Unidad de aprendizaje el alumno deberá: (el profesor debe contemplar lo que considere pertinente)

- Cubrir el 80% de asistencia
- Presentar todos los trabajos solicitados a lo largo del curso.
- Entregar el diseño de investigación final



XIII. BIBLIOGRAFÍA BÁSICA

No.	DATOS BIBLIOHEMEROGRÁFICOS	UNIDADES	CLASIFICACIÓN/ LOCALIZACIÓN
1.	Andreu, R., Ricart, J. y Valor, J. (1991) <i>Estrategia y sistemas de información</i> . Mc Graw Hill. Madrid	I	No Disponible
2.	Cohen, Daniel. (2000) <i>Sistemas de información</i> . Ed. McGraw Hill, México D.F.	I	No Disponible
3.	Ludwig Von Bertalanffy. (2006). <i>Teoría general de los sistemas: fundamentos, desarrollo, aplicaciones</i> . Issue 65 of Colección Conmemorativa 70 aniversario. FCE.	I	No Disponible
4.	Philip Kotler. (1997) <i>Dirección de mercadotecnia</i> . ED. Diana, México D.F.	III	HF5415.1 K62
5.	Pride, W. y Ferrell, O. (1997) <i>Marketing: conceptos y estrategias</i> . 9 edición. Mac Graw Hill. México	IV	HF5415 P658
6.	Rodríguez Valencia Joaquín(2005). “introducción a la Administración con enfoque de Sistemas”, 4ta. Edición. España.	I, II,	HD 37.E8.R62 2003
7.	Scott, G. (1998) <i>Principios de sistemas de información</i> . Ed. Mc Graw Hill. México	I	No Disponible
8.	Stanton Williams J. (2000) <i>Fundamentos de marketing</i> . Ed. McGraw Hill	II	HF5415 .S822 2007
9.	Van Gigch John P. (2003). “Teoría general de sistemas”. Ed. Trillas, México.	I y II	Q, 295, G58, 1987
10.	Ballinas, Valdés. C. (2001). <i>Participación política y las nuevas tecnologías de la información y la comunicación</i> . México	II y III	http://www.te.gob.mx/documentacion/publicaciones/Temas_selectos/25_participacion.pdf