

UNIVERSIDAD DE NUEVO LEON "EMILIANO ZAPATA"

LICENCIATURA	INGENIERO INDUSTRIAL Y LOGISTICA					
MATERIA	SEMINARIO CONSULTORIA			LÍNEA CURRICULAR	AII	
TETRAESTRRE	Septimo	CLAVE	AII-107	SERIACION	NO TIENE	
HTS	3	HPS	3	THS	6	CREDITOS
						8

OBJETIVO DE LA MATERIA El alumno leerá los conocimientos adquiridos durante el desarrollo de su Carrera a través de un análisis administrativo en el cual contrastará las anomalías en las distintas áreas de las organizaciones, utilizando el derecho de estrategias concretas que le pueda permitir desempeñarse como asesor o consultor empresarial

TIEMPO ESTIMADO	NOMBRE Y OBJETIVO DE LA UNIDAD	TEMAS Y SUBTEMAS	ACTIVIDADES DE APRENDIZAJE	BIBLIOGRAFIA
12 hrs.	<p>1. La asesoría administrativa.</p> <p>El alumno analizará las estrategias empresariales, a fin de fortalecer o mejorar tanto los procesos operativos como el clima laboral de una organización</p>	<p>1.1. La asesoría administrativa.</p> <ul style="list-style-type: none"> -Departamentos que forman una Agencia de Relaciones Públicas. - Funciones de una Agencia de Relaciones Públicas. - Clasificación de Agencias, Ventajas y Desventajas. - Figuras Jurídicas en que se puede registrar de acuerdo al Código de Comercio Vigente. 	<p>Exposición del tema</p> <p>Investigación del tema</p> <p>Discusiones grupales</p> <p>Trabajos individuales y grupales</p>	<p>KOONTZ, Harold y Heens, Welterich, Elementos de administración. 6ª. Mc Graw Hill, México, 2003.</p> <p>KOONTZ, Harold. Administración una perspectiva global. 12ª. Mc Graw Hill, México, 2004.</p> <p>CHIA VENATIO, Isabelberc. Gestión del talento humano, un nuevo papel de los recursos humanos en las organizaciones. Bogotá, McGraw Hill, México, 2002.</p>
18hrs	<p>2. El administrador como consultor.</p> <p>El alumno desarrollará y aplicará en el campo profesional las funciones del consultor en las organizaciones.</p>	<p>2.2. El administrador como consultor.</p> <ul style="list-style-type: none"> - Características del Consultor en Relaciones Públicas. - Ventajas y Desventajas - Requisitos que debe cubrir un consultor. - Formas de iniciar una Consultoría. - Diferencias con una Agencia de Relaciones Públicas. 	<p>Exposición del tema</p> <p>Investigación del tema</p> <p>Discusiones grupales</p> <p>Trabajos individuales y grupales</p>	<p>TRUITT, Richard H. "Strategic Public Relation Counseling", Edit. University</p>

18hrs.	<p>3.- Teoría y metodología para la planeación de la investigación del diagnóstico administrativo. El alumno analizará los diagnósticos administrativos con las herramientas metodológicas para la planeación de la investigación.</p>	<p>3.3. Planeación de la investigación en el diagnóstico administrativo.</p> <ul style="list-style-type: none"> - Estructura de una Agencia de Relaciones Públicas. - Atención a Clientes. - Administración. - Crisis. - Gobierno. - Cobaldeo. - For Rubros Industriales y / o Empresariales. 	<p>Exposición del tema Investigación del tema Discusiones grupales Trabajos individuales y grupales</p>	<p>HOLTZ, Shel, "Public Relations on the net", AMA/CDM.</p> <p>FLORES Gómez, Fernando, "Naciones de Derecho Positivo Mexicano", Editorial Porrúa, México, reimpresión 2003.</p>
18hrs.	<p>4. La ejecución de la investigación en la teoría y metodología para el diagnóstico administrativo. El alumno diferenciará las herramientas metodológicas para la ejecución de un proyecto de investigación, con el propósito de elaborar diagnósticos administrativos.</p>	<p>4.4.- Fundamentos teóricos y metodológicos para la ejecución de la investigación en el diagnóstico administrativo.</p> <ul style="list-style-type: none"> -Definición de contrato. - Clases de Contratos. - Elementos que lo componen. - Requisitos que deben cubrirse. - Formas de cobertura 	<p>Exposición del tema Investigación del tema Discusiones grupales Trabajos individuales y grupales</p>	
18hrs.	<p>5. Fundamentos teóricos y metodológicos para la presentación del diagnóstico administrativo. El alumno analizará los documentos que presenten diagnósticos administrativos concisos, así como la información y observaciones que permitan la eficiente toma de decisiones, con el propósito de aclarar los procesos organizacionales en las diferentes áreas de la empresa</p>	<p>5.5. Fundamentos teóricos y metodológicos para la presentación del diagnóstico administrativo</p> <ul style="list-style-type: none"> - Formas de promoción y publicidad - Diferencias entre promoción y publicidad - La selección del medio - El presupuesto de inversión publicitaria 	<p>Exposición del tema Investigación del tema Discusiones grupales Trabajos individuales y grupales</p>	

RECURSOS DIDÁCTICOS: Pizarra, infocus, lector

EVALUACIÓN: Dos evaluaciones (una de medio término y una final) que equivalen al 50%, cada una con calificación final integrada por (2) exámenes con valor de 30% cada uno, evaluaciones grupales, trabajos, investigaciones de equipo 10%, trabajo final 20 %.