

UNIVERSIDAD AUTÓNOMA DE NUEVO LEÓN
FACULTAD DE ORGANIZACIÓN DEPORTIVA
ÁREA DE POSGRADO
PROGRAMA SINTÉTICO

1.-Clave y nombre de la Unidad de Aprendizaje

FOD201. ECONOMIA Y FINANZAS EN LAS ORGANIZACIONES

2.- Frecuencia Semanal: horas de trabajo presencial:

3.- Horas de trabajo extra aula por semana:

4.- Modalidad: Escolarizada No escolarizada Mixto

5.- Periodo académico: Semestral Tetramestral Modular

6.- LGAC: Gestión Deportiva

7.- Ubicación semestral:

8.- Área Curricular: Formación Avanzada Optativa.

9.- Créditos:

10.- Requisito:

11.- Fecha de elaboración:

12.- Fecha de la última actualización:

13.-Responsable (es) del diseño:

14.- Perfil de egreso vinculado a la Unidad de Aprendizaje:

Diseña y evalúa proyectos deportivos mediante el uso de modelos de calidad total ad hoc para atender las necesidades de los usuarios y de las organizaciones con un enfoque socialmente responsable

15.- - Competencias generales a que se vincula la Unidad de Aprendizaje:

Declaración de la competencia general vinculada a la unidad de aprendizaje	Evidencia
Aplica estrategias de aprendizaje autónomo en los diferentes niveles y campos del conocimiento que le permitan la toma de decisiones oportunas y pertinentes en los ámbitos personal, académico y profesional.	Búsqueda análisis y síntesis de información Cuadro sinóptico
Emplea pensamiento lógico, crítico, creativo y propositivo para analizar fenómenos naturales y sociales que le permitan tomar decisiones pertinentes en su ámbito de influencia con responsabilidad social.	Exposición oral Resumen Mapa conceptual
Interviene frente a los retos de la sociedad contemporánea en lo local y global con actitud crítica y compromiso humano, académico y profesional para contribuir a consolidar el bienestar general y el desarrollo sustentable.	Informe de diagnóstico de la realidad
Construye propuestas innovadoras basadas en la comprensión holística de la realidad para contribuir a superar los retos del ambiente global interdependiente.	Búsqueda análisis y síntesis de información
Maneja las tecnologías de la información y la comunicación como herramienta para el acceso a la información y su transformación en conocimiento, así como para el aprendizaje y trabajo colaborativo con técnicas de vanguardia que le permitan su participación constructiva en la sociedad.	Búsqueda análisis y síntesis de información Video
Domina su lengua materna en forma oral y escrita con corrección, relevancia, oportunidad y ética adaptando su mensaje a la situación o contexto, para la transmisión de ideas y hallazgos científicos.	Exposición oral y escrita Reporte escrito Informe
Resuelve conflictos personales y sociales conforme a técnicas específicas en el ámbito académico y de su profesión para la adecuada toma de decisiones.	Protocolos de observación y de entrevistas
Elabora propuestas académicas y profesionales inter, multi y transdisciplinarias de acuerdo a las mejores prácticas mundiales para fomentar y consolidar el trabajo colaborativo	Informe evaluativo Modelación de plan financiero.
Utiliza los métodos y técnicas de investigación tradicionales y de vanguardia para el desarrollo de su trabajo académico, el ejercicio de su profesión y la generación de conocimientos.	Protocolos de observación documental y de entrevistas

--	--	--	--	--	--	--	--	--

17.- Contenidos de la unidad de aprendizaje:

El consumo deportivo y sus principales indicadores
La producción de bienes y servicios y sus procesos en el ámbito deportivo
Las dimensiones económicas del deporte, Interacciones y alianzas favorecedoras
La relación costos-beneficios en las entidades deportivas. Los planes financieros

18.- Producto integrador de aprendizaje:

El alumno seleccionará de cualquiera de las siguientes actividades integradoras:

- Informe evaluativo sobre la relación costo beneficio en entidades productoras de bienes y servicios deportivos.
- Reporte escrito de carácter valorativo sobre planes financieros consultados

19.- Fuentes de apoyo y consulta:

Bernard J., Stephen H. & William A. (2007) "Marketing deportivo" editorial Paidotribo, Badalona España.

Desbordes M., Ohl F. & Tribou G. (2001) "Estrategias del marketing deportivo, análisis del consumo deportivo" editorial Paidotribo, Badalona España.

Ferrand A., Camps A. Torrigiani L. (2007) "la gestión del sponsoring deportivo" editorial Paidotribo, Badalona España.

Sánchez D. (2002) "calculo de costos en clubes de futbol y otras entidades deportivas" editorial Deusto, Bilbao España.

Nardi M., Gambau V. & Claude A. (2012) "Marketing en el Fitness" Gestión de servicios deportivos: fidelizar y captar nuevos clientes, editorial Paidotribo, Badalona España.