



Centro Universitario de Ciencias de la Salud

Programa de Estudio por Competencias Profesionales Integradas

1. IDENTIFICACIÓN DEL CURSO

Centro Universitario

CENTRO UNIVERSITARIO DE CIENCIAS DE LA SALUD

Departamento:

DEPTO. DE PSICOLOGIA APLICADA

Academia:

PSICOLOGÍA ORGANIZACIONAL

Nombre de la unidad de aprendizaje:

TEMAS ACTUALES DE PSICOLOGIA ORGANIZACIONAL

Clave de la materia:	Horas de teoría:	Horas de práctica:	Total de horas:	Valor en créditos:
I9159	16	16	32	3

Tipo de curso:	Nivel en que se ubica:	Programa educativo	Prerrequisitos:
CT = curso - taller	Licenciatura	(LPGI) LICENCIATURA EN PSICOLOGIA / 8o.	NINGUNO

Área de formación:

AREA ESPECIALIZANTE SELECTIVA

Perfil docente:

Grado mínimo: Licenciado en Psicología, con experiencia o formación en el ámbito de la Psicología Organizacional. Grado preferente: Maestría o Doctorado en Psicología Organizacional o áreas afines.

Elaborado por:

Mtra. María Dolores de la Torre Barba
María Guadalupe Rodríguez Sánchez
Mtro. Ignacio Avelino Rubio

Evaluated and updated by:

María Guadalupe Rodríguez Sánchez
María Dolores de la Torre Barba
Raúl Flores Carrillo
Aristóteles Dávila Martínez
Ignacio Avelino Rubio
David Elicerio Conchas
Jaime Quintero Ruiz
Manuel Arión Jiménez Sánchez
Alina Mariela Cárdenas Gómez

	Alejandro Sergio González Robles José Francisco Reyes Rodríguez
--	--

Fecha de elaboración:	Fecha de última actualización aprobada por la Academia
18/06/2018	30/08/2020

2. COMPETENCIA (S) DEL PERFIL DE EGRESO

LICENCIATURA EN PSICOLOGIA
Profesionales
Investiga, interviene, previene y evalúa, desde una perspectiva psicosocial y transdisciplinaria, proyectos, planes y programas relacionados con procesos socio estructurales e interculturales y de transculturación, relacionados con problemáticas sociales, como son: medio ambiente, del desarrollo urbano-rural sustentable, calidad educativa, salud mental para incidir en la reorientación y aplicación de políticas públicas en el ámbito local, estatal, regional, nacional y global, con un alto espíritu de liderazgo, profesionalismo, colaboración, respeto y solidaridad;
Tecnico Instrumentales
Participa, desarrolla y gestiona creativamente proyectos sociales, laborales, deportivos y culturales de forma individual, grupal y social; desde una perspectiva histórica, con orientación a futuro, ante los retos y cambios de la realidad, con sentido profesional, responsabilidad, equidad, respeto y compromiso.

3. PRESENTACIÓN

Temas Actuales de Psicología Organizacional representa el espacio de acción donde se identifican y desarrollan las aportaciones más recientes o emergentes en dicha disciplina. Esta unidad de aprendizaje se estructura por medio de una propuesta de intervención en el contexto del entrepreneur y el intrapreneur en ambos casos se identifican las oportunidades, se cuantifican los riesgos y se ponen en marcha las acciones de una manera creativa e innovadora, el primero lo hace en un ambiente externo el otro lo hace en una organización regularmente consolidada; esto permitirá a los estudiantes desarrollar competencias vinculadas con su intervención en los escenarios de Prácticas Profesionales en Psicología Organizacional.

Las organizaciones requieren innovación para sobrevivir y crecer, buscar horizontes nuevos y adaptarse al entorno cada vez más competitivo, hay que crear ventajas competitivas. Para crearlas la innovación es una prioridad. Significa mejorar constantemente los procesos operativos, aprovechando la investigación y la tecnología más reciente. Otro elemento importante es tener una visión amplia al abordar problemas. En el siglo XXI tener una perspectiva global es necesaria, porque el mundo del trabajo es cada vez más amplio y diverso. Piensa en global y actúa a nivel local.

Así mismo, es sustancial reconocer que en la actualidad ya no basta con tener empresas productivas y rentables, hoy también deben ser empresas con impacto social que protejan el medio ambiente, que promuevan los valores de equidad, de justicia y de respeto a los derechos humanos.

En la coyuntura actual las empresas sociales también se rigen por leyes del mercado, pero buscan desarrollar productos y servicios que resuelvan problemas de una comunidad. La finalidad es que reinviertan parte de sus ganancias en objetivos sustentables.

En términos de su relación vertical, la presente unidad de aprendizaje tiene como prerrequisito las áreas básico común obligatoria y básico particular obligatoria, dentro de la malla curricular del programa de estudios de la licenciatura en Psicología, se relaciona por afinidad temática con la Unidad de Aprendizaje Psicología y contexto socio-histórico: vínculo global-local (I9116); con Psicología y contexto socio-histórico: problemática nacional (I9117); de manera horizontal con UA Psicología de la Interculturalidad (I9134) y las demás unidades del subsistema de Psicología Organizacional. Además, esta unidad de aprendizaje es correquisito de la UA de I9158 Prácticas

Profesionales en Psicología Organizacional, con la cual se complementa por sus contenidos y campos de aplicación práctica.

4. UNIDAD DE COMPETENCIA

Analiza en un ambiente organizacional elegido la información que le permita entender mejor su situación actual, detectar sus necesidades y tomar decisiones que resuelvan y proyecten un futuro deseado. Para ello, examina los elementos de la estrategia, la gestión de los recursos humanos, el networking, las empresas sociales, la innovación y las nuevas tecnologías, para explicar un modelo de negocios y un Pitch, identificando en ellos los valores, la ética y la cultura sustentable

5. SABERES

Prácticos	<p>Aplica los elementos de la estrategia como una capacidad para observar y planificar la realidad organizacional y su entorno.</p> <p>Examina la transformación de la organización para prever las tendencias futuras y sus implicaciones conectando la visión y la acción.</p> <p>Construye redes interpersonales formales e informales para intercambiar ideas, recursos y conocimientos, asociándose con personas de diferentes niveles, funciones y culturas.</p> <p>Experimenta y traduce las ideas útiles que son nuevas, mejores o exclusivas que promuevan la innovación.</p> <p>Distingue las características de las empresas sociales y de las empresas socialmente responsables.</p> <p>Interpreta y presenta un Modelo de Negocio</p> <p>Analiza una presentación con los elementos de un Pitch</p>
Teóricos	<p>Identifica los elementos de la estrategia para determinar la ventaja competitiva de la organización.</p> <p>Comprende la importancia de las relaciones interpersonales en diferentes niveles, funciones, culturas y lugares.</p> <p>Contrasta ideas innovadoras para sobrevivir y prosperar en un entorno competitivo.</p> <p>Identifica las empresas sociales como una alternativa hacia un mundo sustentable y a las empresas socialmente responsables como empresas capaces de enriquecer sociedades.</p> <p>Identifica los elementos de un Modelo de Negocios</p> <p>Identifica los elementos de un Pitch</p>
Formativos	<p>Promueve actitudes positivas en la aplicación de estándares y normas con justicia y equidad</p> <p>Defiende con respeto los valores y la ética de la organización.</p> <p>Promueve la gestión responsable de los impactos educativos, cognitivos, laborales y ambientales que la universidad genera y que implica un vínculo comprometido con la sociedad para promover un desarrollo sostenible</p>

6. CONTENIDO TEÓRICO PRÁCTICO (temas y subtemas)

1. ESTRATEGIA, PSICOLOGÍA Y LAS ORGANIZACIONES.

- 1.1 Definición e importancia de la estrategia.
- 1.2 La estrategia desde una perspectiva militar.
- 1.3. La estrategia desde una perspectiva política.
- 1.4. La estrategia del Océano Azul.
- 1.5. La planeación alineada, estrategia y psicología en las organizaciones.

2. EL NETWORKING. CONEXIONES DE REDES INTERPERSONALES.

- 2.1 Los vínculos estratégicos de alto valor.
- 2.2. Relaciones formales e informales dentro y fuera de la organización.
- 2.3. Sistema de conexiones poderosas.
- 2.4. Ecosistemas en las organizaciones
- 3. INNOVACIÓN Y COMPETITIVIDAD.
- 3.1. Definición de innovación.
- 3.2. Gestión del proceso de innovación.
- 3.3. Conceptos básicos de Ecosistemas de innovación.
- 4. EMPRESAS SOCIALES. ALTERNATIVA HACIA UN MUNDO SUSTENTABLE
- 4.1. Concepto y características de Empresas Socialmente Responsables.
- 4.2. Concepto y características de las Empresas Sociales.
- 5. MODELO DE NEGOCIOS CANVAS.
- 5.1 Concepto e importancia del Modelo de Negocios
- 5.2 Pasos para elaborar un Modelo de Negocios
- 5.3 Análisis de un Modelo de Negocios.
- 6. PITCH
- 6.1 Definición de un Pitch.
- 6.2 Cómo hacer un Pitch.
- 6.3 Análisis de un Pitch.

7. ESTRATEGIAS DE ENSEÑANZA APRENDIZAJE POR CPI

●	Trabajo autónomo.
●	Aprendizaje cooperativo.
●	Aprendizaje Basado en Proyectos.

8. EVALUACIÓN DEL APRENDIZAJE POR CPI

8. 1. Evidencias de aprendizaje	8.2. Criterios de desempeño	8.3. Contexto de aplicación
Trabajo autónomo: Búsqueda de literatura actualizada según el tema para apoyar la integración del modelo de negocios y del Pitch. Los temas deberán de ser de actualidad que no sean de una antigüedad mayor a 10 años	Puntualidad en la entrega. Relevancia/pertinencia. Actualidad de las citas. Que sean artículos de revista. Que se encuentren en la base de datos de la UdeG.	Académico
Aprendizaje colaborativo: Investigación y trabajo en grupos evidenciado en su participación en documentos digitales compartidos en plataformas como google drive	Investigación y trabajo en grupos: • Al revisar las Unidades 1, 2, 3 y 4 se tomarán en cuenta las aportaciones, exposición de argumentos y diálogos que se sostengan en el documento digital	Académico
Modelo de Negocios: 1.Revisión y análisis de un Modelo de Negocios 1.1 Resumen ejecutivo 1.2 Problemas principales a resolver (máximo 3) 1.3 Alternativas existentes 1.4 Carencias de las alternativas existentes 1.5 Solución	Integración y entrega del Modelo de negocios en tiempo y forma. Estructura y calidad de los apartados (rúbrica de evaluación de informe de práctica profesional).	Académico-Profesional

1.6 Propuesta de valor (en qué es diferente) 1.7 Modelo de Negocios (escalable) 1.8 Segmento de Mercado 1.9 Mercadotecnia (cómo se llega a clientes) 1.10 Estructura de costos iniciales 1.11 Ganancia esperada 1.12 Equipo de trabajo 1.13 Consejo de asesores 1.14 Mapa de actividades clave 1.15 Pitch Invitación a inversionistas		
Aprendizaje colaborativo: Comunicación del proyecto final en una exposición magistral • Estructura y calidad del documento (rúbrica de evaluación de medio audiovisual).	Comunicación del proyecto: • Presentación al grupo y/o ante instituciones de financiamiento (Guía de coevaluación).	Académico-Profesional

9. CALIFICACIÓN

Trabajo en equipo de las unidades 1,2,3 y 4.	25%
Exposición frente a grupo.	25%
Modelo de Negocios y Pitch	50%
Total	100%

10. ACREDITACIÓN

El resultado de las evaluaciones será expresado en escala de 0 a 100, en números enteros, considerando como mínima aprobatoria la calificación de 60.

Para que el alumno tenga derecho al registro del resultado de la evaluación en el periodo ordinario, deberá estar inscrito en el plan de estudios y curso correspondiente, y tener un mínimo de asistencia del 80% a clases y actividades.

El máximo de faltas de asistencia que se pueden justificar a un alumno (por enfermedad; por el cumplimiento de una comisión conferida por autoridad universitaria o por causa de fuerza mayor justificada) no excederá del 20% del total de horas establecidas en el programa.

Para que el alumno tenga derecho al registro de la calificación en el periodo extraordinario, debe estar inscrito en el plan de estudios y curso correspondiente; haber pagado el arancel y presentar el comprobante correspondiente y tener un mínimo de asistencia del 65% a clases y actividades.

11. BIBLIOGRAFÍA

BIBLIOGRAFÍA BÁSICA

Bing, S. (2000). ¿Qué haría Maquiavelo?. Barcelona, España: Ediciones B, S.A.
Aloson, V. (Marzo, 2013). Éxito de taquilla. Canvas del modelo de negocios. Entrepreneur, 13(1), 60-64.
Borghino, M. (2004). El arte de dirigir. D.F., México: Grijalbo.
Dabain, H., Constable, K. (Diciembre, 2015). La ruta para emprender. Entrepreneur, 23(12), 30-40.

Dornberger, U., Suvelza, A. & Bernal, L. (2012). Gestión de la fase temprana de la innovación. Intelligence 4 innovation en cooperación con International SEPT program.

Ferrazi, K., Raz, T. (2009). Nunca comas solo. Networking para optimizar tus relaciones personales. Barcelona, España: Amat.

Maquiavelo, N. (2 Ed.) ,(2001). El príncipe. D.F., México: Éxodo.

Mintzberg, H., (2010). Mananging. San Francisco, Estados Unidos: Berrett-Koehler Publishers, Inc.

Navarro, D. (Abril, 2018). Haz un pitch que conquiste. Entrepreneur, 24(4), 72-74. Recuperado de <https://www.entrepreneur.com/es>

Oficinas de transferencia de tecnología. Fundamentos para su formación y operación en México. (2010). México. Adiat.

Paladino, M., Milberg, A. & Sánchez, F. (2006). Emprendedores Sociales & empresarios responsables. Buenos Aires, Argentina: Temas Grupo Editorial.

Roninett, J. (2016). Networking estratégico. Colombia: Paidós.

Sanchez, R.A. (2011). Conceptos básicos de Ecosistemas de Innovación. Harvard T.H. Chan School of public Health, Sustainable Technologies and Health Program. Available at: <http://www.chgharvard.org/category/sustainable-technologies-and-health>

Tzu, S. (Ed.) (2015). El arte de la guerra. D.F., México: Editores Mexicanos Unidos S.A. Recuperado de <https://www.youtube.com/watch?v=tp8-VK56O90>

Villalobos, J. (Febrero, 2015). Traza tu proyecto. Entrepreneur, 23(02), 46-49. Recuperado de <https://www.entrepreneur.com/es>

W., C., Mauborgne, R. (2005). La estrategia del Océano Azul. Buenos Aires, Argentina: Norma S. A.

BIBLIOGRAFÍA COMPLEMENTARIA

Huffam, M., Doelger, F., McCarthy, T., Kirk, B., Minahan, D., Van, T. & Nutter, D. (2011). Game of thrones. Estados Unidos: HBO.

Uribe E. (Mayo, 2019). Modelo de Negocios. Impulsa el Diseño Mexicano. Entrepreneur, 27 (04), 74-80. Recuperado de: <https://www.entrepreneur.com/es>

hillips, T., Clare, R. (2016). Juego de tronos para los negocios. 5 Lecciones del mundo de los 7 reinos: estrategia, ética y liderazgo. D.F., México: Penguin Random House Grupo Editorial

Renard, J. (2010). Napoleón. El águila imperial domina Europa. Buenos Aires, Argentina: Lectorum.

Transformers. Creativos y audaces, sin miedo al fracaso. Reinventan empresas. Revolucionan industrias. (2014) Wobi 5 48-73. Recuperado de https://issuu.com/contentwobi/docs/00_wobi_v19n5_completa