



**UNIVERSIDAD DE QUINTANA ROO**

---

*División de Ciencias Sociales y Económico*  
*Administrativas*

*“Relaciones públicas de Oficialía Mayor: la  
estrategia de éxito en los eventos del  
ejecutivo”*

**TRABAJO MONOGRAFICO**

**Por experiencia Profesional  
Para obtener el grado de**

***Licenciada en Sistemas Comerciales***

**PRESENTA**

***MAYRA JOSEFA BARRADAS VIVEROS***

**SUPERVISORES**

**M.C. Nancy Angelina Quintal García  
M.E.A.P. José Luis Granados Sánchez  
M.E.A.P. Edgar Alfonso Sansores Guerrero**

***CHETUMAL QUINTANA ROO, JULIO 2011***

***PRESENTACION***

**UNIVERSIDAD DE QUINTANA ROO**

***Trabajo Monográfico bajo la supervisión del comité de asesoría y aprobado como requisito parcial para obtener el grado de:***

***LICENCIADA EN SISTEMAS COMERCIALES***

**COMITE**

**SUPERVISOR** \_\_\_\_\_  
M.C. Nancy Angelina Quintal García

**SUPERVISOR** \_\_\_\_\_  
M.E.A.P. José Luis Granados Sánchez

**SUPERVISOR** \_\_\_\_\_  
M.E.A.P. Edgar Alfonso Sansores Guerrero

Chetumal, Quintana Roo Julio 2011

## ***AGRADECIMIENTOS***

**A NUESTRO PADRE CELESTIAL:** por permitirme vivir este momento y no soltarme de la mano cuando mas lo necesite permitiéndome concretar un logro mas en mi vida

**A MI MADRE:** Marina Viveros Orduña, mujer incansable, de lucha y batalla que me dio la oportunidad de conocer la vida y lo mas importante su ejemplo, a no rendirme nunca sean cual sean las circunstancias y alcanzar mis objetivos con dignidad, eternamente gracias mamá

**A MIS HIJOS:** Diego y Andrés ; niños hermosos que han sido y serán el motor mas importante de mi vida, a diego por que desde los 8 meses de gestación me a acompañado en el inicio de la carrera profesional incluso asistiendo con migo a las aulas de clase, Andrés que llega en el momento donde debo concluir mi carrera profesional y con ello también a tener que pasar por las ausencias de mama. Gracias hijos, espero ser un buen ejemplo de lucha para sus vidas

**A MIS MAESTROS:** por enseñarme todos sus conocimientos y en especial a aquellos que mas que maestros se convirtieron en impulsores para que concluya mi licenciatura y tal vez sin ellos no hubiera sido posible, gracias maestro José Luis Granados, Edgar Sansores, Edith Navarrete y por supuesto a mi ahora también gran amiga y Ángel académico, maestra Nancy Quintal gracias por todo

**EN GENERAL:** A todos aquellos seres que directa e indirectamente tuvieron que ver con mi carrera profesional, mis hermanos francisco y xochilt mi sobrina Jenny mis amigas Nubia y marelly,

## INDICE

I	Introducción .....	8
II	Justificación .....	8
III	Objetivo general .....	9
IV	Objetivos específicos .....	9
V	Breve descripción del contenido de la monografía .....	10

## CAPITULO I

### LA UNIVERSIDAD DE QUINTANA ROO

1.1	Antecedentes históricos.....	11
1.2	Característica principal de la universidad.....	12
1.3	Modelo de Educación Superior .....	13
1.4	Misión y Visión.....	16
1.5	Valores de la Universidad .....	17
1.6	Finalidad de la Universidad.....	18
1.7	Principales Elementos.....	19
1.7.1	Escudo.....	20
1.7.2	Lema.....	21
1.7.3	La Fundación Universidad de Quintana Roo .....	22
1.7.4	El H. Patronato.....	23
1.7.5	Bibliotecas.....	24
1.7.6	Departamento de cómputo y telemática .....	29
1.7.7	Principales laboratorios .....	31
1.7.8	Principales programas culturales .....	32
1.7.9	Proyecto de vinculación con la Industria .....	32

1.7.10 Convenios con Organismos Nacionales e Internacionales .....	32
--	----

## CAPITULO II

### LA LICENCIATURA EN SISTEMAS COMERCIALES: PERFIL Y OBJETIVOS

2.1	Justificación de la Licenciatura .....	34
2.2	Objetivo Curricular de la Carrera .....	34
2.3	Perfil del Aspirante y Perfil del Egresado .....	35
2.4	Ventaja Comparativa de la Lic. en Sistemas Comerciales respecto a otras licenciaturas .....	39
2.5	Actividad Profesional.....	39
2.5.1	Campo Profesional .....	40
2.6	Organización de la Licenciatura.....	41
2.7	Plan de Estudios 1995-2002 .....	42
2.7.1	Asignaturas Generales .....	42
2.7.2	Asignaturas Divisionales .....	45
2.7.3	Asignaturas de Concentración Profesional .....	46
2.7.4	Mapa Curricular .....	58
2.8	Modalidades de Titulación .....	60

## CAPITULO III

### LAS RELACIONES PUBLICAS DE OFICIALIA MAYOR DE GOBIERNO DEL ESTADO

3.1	Concepto de las Relaciones Publicas.....	66
3.2	Vinculación con la sociedad.....	67
3.3	Participación de la Psicología Social en las Relaciones Publicas..	67
3.4	La imagen en las Relaciones Publicas .....	68
3.5	Componentes de la imagen.....	69
3.6	Formación de una imagen.....	69
3.7	Comunicación.....	70
3.8	Funciones de las Relaciones Publicas .....	71
3.9	Las relaciones publicas en el sector publico.....	74
3.10	El gobierno como órgano positivo.....	75

## CAPITULO IV

### LAS RELACIONES PUBLICAS COMO ESTRATEGIA Y EXPERIENCIA PROFESIONAL

4.1	La actitud burocrática .....	77
4.2	El gobierno como competidor .....	78
4.3	Función y/o actividad.....	79
4.4	Relaciones con la prensa .....	81
4.5	Experiencia Profesional Personal .....	83

4.6	La aplicación del plan de estudios de la licenciatura de sistemas comerciales con mi desempeño laboral.....	84
-----	---	----

## CAPITULO V

### CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

5.1	Conclusiones.....	88
5.2	Recomendaciones.....	90
	Referencias.....	91



# I.- INTRODUCCIÓN

## I.- Introducción

Oficialía mayor de gobierno del estado de Quintana Roo, es la Dependencia del Poder Ejecutivo, facultada para normar, sistematizar, administrar y proporcionar con eficiencia, productividad, calidad, transparencia e igualdad de oportunidades, el Capital Humano, así como los Recursos materiales, informáticos, tecnológicos y servicios generales, para satisfacer las necesidades de las Dependencias y Entidades de la Administración Pública Estatal en el cumplimiento de sus responsabilidades, vinculando las acciones con los diversos sectores de la sociedad. Cabe mencionar que la percepción que la sociedad tenga de esta oficina es de suma importancia ya que a veces es difícil tener contacto directo con el ejecutivo del estado y la responsabilidad de atender las demandas es de dicha oficina.

En este trabajo se muestra como la mercadotecnia tiene participación a través de la publicidad, imagen y relaciones públicas en cada una de las actividades que realiza Oficialía Mayor, y el impacto que es esta puede ocasionar.

## II.- Justificación

Los cambios que se presentan actualmente dentro del gobierno, señalan hacia una integración cada vez mayor de los procesos económicos, y humanos entre las entidades, tanto al interior como al exterior de los países.

Dentro de esta integración económica y humana el papel de los sistemas de comercialización cobra, cada día, mayor importancia y crece de tal forma su cobertura y su especialización que resulta indispensable contar con profesionistas que tengan amplios conocimientos al respecto.

El sureste mexicano y particularmente en la región sur del Estado de Quintana Roo esta situación se hace más patente; por ello, la Universidad de Quintana Roo ofrece la Licenciatura en Sistemas Comerciales, para contribuir al fortalecimiento de la entidad mediante la optimización de los procesos de producción y distribución de la zona con el resto del mundo. Cabe mencionar que la actividad principal e institucional de Oficialía Mayor es establecer normas, políticas, sistemas, funciones, programas y procedimientos, vinculados con la modernización e innovación de los procesos de Administración del Capital humano y de los Recursos materiales, informáticos, tecnológicos y de los servicios generales, para la mejor funcionalidad de las Dependencias y Entidades de la Administración Pública Estatal y por ello el requerimiento de personal profesional con conocimientos diversos e iniciativa para proponer y hacer bien su trabajo, y es ahí donde entra la labor de un lic. En Sistemas Comerciales.

### **III.- Objetivo general**

Elaborar un análisis descriptivo de la labor que desempeña un Licenciado en Sistemas Comerciales como parte del equipo de servicios generales y la avanzada del ejecutivo del estado, dentro de las relaciones públicas, organización y coordinación de los eventos o ceremonias en los cuales participa el gobernador.

### **IV.- Objetivos específicos**

- Describir las características distintivas del modelo educativo de la Universidad de Quintana Roo.
- Analizar el Plan de Estudios 1995 de la Licenciatura en Sistemas Comerciales.
- Describir la experiencia laboral obtenida en el desempeño de mis funciones como maestra de ceremonias, y avanzada del ejecutivo
- Exponer los resultados obtenidos en el ejercicio profesional.

## **V.- Breve descripción del contenido de la monografía**

En el siguiente desarrollo de la monografía, se describe la estructura de la Universidad de Quintana Roo y de las relaciones públicas de Oficialía Mayor del Gobierno del estado de Quintana ROO. En específico en la Especialidad y con la experiencia adquirida en el área donde estuve y que actualmente me encuentro laborando, en donde entrelazo todos los conocimientos y experiencia aplicándola directamente en mis labores.

Se muestra como la oficina de Oficialía Mayor trabaja siendo esta en la actualidad una Dependencia estratégica, moderna, innovadora, de vanguardia y con igualdad de oportunidades, en la administración y profesionalización del Capital Humano para el servicio público; altamente responsable y transparente en la adquisición y suministro de bienes y servicios para el funcionamiento eficiente de la Administración Pública; siendo así Líder en el modelo de gestión de calidad y de un auténtico Gobierno Digital, con procesos tecnológicamente simplificados; con la capacidad de enfrentar los retos de la modernidad, proporcionando servicios de alta calidad y de mejora continua, generando una imagen de credibilidad y confianza de la ciudadanía hacia su Gobierno y manteniendo las relaciones publicas dentro y fuera del país.

De igual forma el desarrollo de las estrategias y experiencia con la finalidad mejorar en tiempo y forma, y algo importante la toma de decisiones.

# CAPITULO I

## LA UNIVERSIDAD DE QUINTANA ROO

### 1.1 Antecedentes históricos

La Universidad de Quintana Roo se fundó el día 24 de mayo de 1991 y es el centro académico en su tipo más joven del país, su creación responde en contar con un centro de educación superior para formar profesionales en las áreas sociales, las humanidades, las ciencias básicas y las áreas tecnológicas de mayor demanda y consumo en esta época de alta competitividad y con el objetivo de cubrir las áreas de conocimiento que no existían en el estado de Quintana Roo. Así mismo, tener como objetivo el ser una institución de alta calidad académica fincada en estándares internacionales, sólidamente comprometida con el desarrollo de Quintana Roo. Ésta universidad fomentaría la participación amplia, organizada y corresponsable de la sociedad.

La Universidad de Quintana Roo de es una institución pública estatal, no autónoma, y organismo público descentralizado del Estado de Quintana Roo, destinado a impartir la educación a nivel superior e imparte 13 licenciaturas en las áreas de: Ecología, Recursos Naturales y Desarrollo Sustentable, Cultura, Etnicidad e Identidad, Estudios del Caribe, Turismo, Educación, Gobierno y Gestión Pública, y Desarrollo Económico Regional.

En el año de 1998 la Universidad expande sus servicios universitarios hacia otras regiones del estado, creando la Unidad Cozumel, la cual abrió formalmente sus actividades el 28 de agosto de ese año, a pesar de su corta existencia, la Universidad de Quintana Roo ha concretado significativos avances en materia de docencia, investigación extensión y vinculación con su entorno.

## **1.2 Característica principal de la universidad**

### **Fines y facultades de la universidad de Quintana Roo**

De conformidad con lo establecido en el Artículo 3 de su Ley Orgánica, la **Universidad de Quintana Roo** tiene los siguientes fines:

#### **Fines**

- a) Impartir educación superior en los niveles de licenciatura, estudios de postgrado, cursos de actualización y especialización bajo diferentes modalidades de enseñanza para formar profesionistas, profesores e investigadores que requiere el Estado de Quintana Roo, la región y el país.

Todo esto mediante la formación de individuos de manera integral con clara actitud humanista, social y científica, dotados de espíritu emprendedor, innovador y de logro de objetivos; encauzados a la superación personal, comprometidos con el progreso del ser humano, del aprecio a la patria y a la conciencia de responsabilidad social.

- b) Organizar, fomentar y generar nuevos conocimientos mediante programas de investigación científica, humanística, social, cultural y de desarrollo tecnológico, buscando resolver las necesidades de la sociedad quintanarroense y del país en general.
- c) Organizar, fomentar y realizar programas y actividades relacionadas con la creación artística, la difusión y extensión de los beneficios de la cultura que propicien el avance en su conocimiento y desarrollo.
- d) Contribuir a la preservación, enriquecimiento y difusión del acervo científico, cultural y natural del Estado de Quintana Roo, de la región y del país De

naturaleza eminentemente social que propicia la participación de la sociedad a través de sus opiniones, demandas y requerimientos sociales. Con un sistema financiero diversificado que no sólo estimula la generación de ingreso propio sino que propicio a una mayor participación social en el financiamiento de la universidad.

### **1.3 Modelo de Educación Superior**

Cuenta con un modelo educativo y planes de estudio diseñados para responder a las necesidades de la región. Ofrece planes de estudio de profesional asociado que se continúa a la licenciatura. También cuenta con la mejor infraestructura de apoyo de la región en cómputo, biblioteca, videoconferencia, laboratorios.

El modelo educativo se plasmó hace 15 años en el Decreto de Creación de la Universidad. El modelo de la Universidad de Quintana Roo, si bien retoma características sobresalientes de la Universidad Mexicana establecidos en un largo proceso histórico, apunta también hacia cambios profundos que resultan de la necesaria adaptación al nuevo contexto social y económico del mundo y del país. Cuatro principios fundamentales orientan las funciones básicas de la universidad: vinculación, multidisciplina, innovación y calidad.

La vinculación se dará en diferentes niveles estableciendo una relación estrecha de la universidad con los diversos sectores de la sociedad de manera que éstos puedan participar en la determinación de sus programas y actividades, coadyuvar en la realización de los proyectos académicos y en su financiamiento, y actuar en el marco reglamentario como contraloría social para vigilar la buena marcha de la institución. Los esfuerzos de investigación, docencia y extensión responderán, con visión prospectiva, hacia el logro de un desarrollo integral de la entidad basado en los enfoques del desarrollo humano y la sustentabilidad ambiental.

La calidad como búsqueda de la excelencia orientará el proceso educativo en sus diferentes dimensiones de apropiación de conocimientos, destrezas, valores, actitudes y aptitudes, tendrá como referencia los estándares reconocidos internacionalmente, el desarrollo integral del estudiante, la pertinencia y la relevancia respecto del entorno.

Dentro de esta calidad e innovación que la Universidad de Quintana Roo busca se encuentra la formación del Programa de Innovación Educativa el cual esta integrado por los programas de:

- Investigación Educativa.
- Diseño Curricular.
- Formación Docente.
- Tecnología Educativa.
- Evaluación Docente.

Este programa tiene como propósito central apoyar en la formación y actualización de la planta docente de la Universidad de Quintana Roo y generar información para la mejora del proceso de enseñanza-aprendizaje respondiendo a los nuevos paradigmas educativos.

En cuanto a la investigación, la UQROO deberá contar con cuerpos académicos que desarrollen investigación mediante proyectos multidisciplinarios e interinstitucionales, con la participación de estudiantes y con una relevante producción.

En la difusión cultural, contará con un Programa de promoción y divulgación artística y científica como parte de la formación integral de los estudiantes y con importantes aportaciones a toda la población.

La vinculación de la Universidad con los sectores sociales (particularmente con los del estado de Quintana Roo) tenderá a consolidarse como apoyo indispensable para el desarrollo estatal de todos los sectores, y contará con la colaboración y la participación corresponsable de la comunidad social.

El intercambio académico de la Universidad se llevará a cabo mediante proyectos académicos de docencia e investigación de carácter interinstitucional, y creará programas de movilidad nacional e internacional de estudiantes y profesores.

En cuanto a sus funciones adjetivas, la UQROO se ha propuesto desarrollar sistemas administrativos eficientes, ágiles y oportunos en apoyo a las funciones académicas; un desarrollo planificado de su infraestructura física en todos los campus; el fortalecimiento de mecanismos de obtención de recursos alternos de financiamiento; la racionalidad en el gasto; y ser autosuficiente financieramente. También se propone efectuar una revisión integral de la suficiencia y congruencia del marco normativo; conseguir una operación regulada de los instrumentos de normatividad administrativa; y consolidar los sistemas institucionales de Planeación-Programación-Presupuestación-Evaluación, así como el sistema de información y el de evaluación institucional de procesos y productos.

Los cuerpos académicos están formados por investigadores de reconocido prestigio, la mayoría de ellos se encuentran en consolidación y algunos se reconocen como consolidados y participan en redes de colaboración nacionales e internacionales.

Al menos el 50% de los profesores investigadores de carrera tienen el perfil deseable, con capacidad pedagógica para crear situaciones que propician y estimulan el aprendizaje, exhiben comportamientos ejemplares, éticos y morales en su desempeño y están inmersos en un proceso de actualización y mejora continua.



El sistema institucional de información es integral y facilita la toma de decisiones estratégicas en los distintos niveles de gestión, por lo que el acceso y transparencia a la información asegura su confiabilidad y certidumbre a la comunidad universitaria y a la sociedad en su conjunto.

#### **1.4 Misión y Visión**

La misión esencial de la Universidad de Quintana Roo es: contribuir al desarrollo social, económico, cultural y profesional de la entidad; haciendo una decisiva aportación a la reflexión crítica colectiva, dentro de una permanente búsqueda de la excelencia académica y una vigorosa vinculación con la sociedad.

La Universidad de Quintana Roo entiende su compromiso fundamental de responder con oportunidad y pertinencia a las necesidades y expectativas de la sociedad en su conjunto y de los habitantes del estado en particular, para lo cual reconoce como indispensable establecer con los diferentes sectores sociales una vinculación más estrecha que incorpore acciones conjuntas, apoyos mutuos y expresiones claras de corresponsabilidad, una relación estrecha como la que se plantea, se traduce en que la sociedad esté en capacidad de participar de manera propositiva en la determinación de las actividades universitarias de acuerdo con sus funciones, ofrecer información; colaboración y apoyos; conocer los avances, resultados y productos del quehacer universitario; analizar y valorar la marcha general de la institución; y conocer oportunamente el destino y uso de los recursos.

Tal relación con la sociedad, debe permitir que los esfuerzos de formación, investigación y desarrollo emprendidos por profesores y estudiantes de la universidad, redunden en un doble beneficio: para la sociedad en su conjunto y para la formación individual de los universitarios.

El área de influencia y beneficio social no se circunscribe solamente al estado de Quintana Roo sino que es de carácter regional, en beneficio de las entidades cercanas geográficamente, Centroamérica y la región del Caribe, por su ubicación estratégica dentro de esta zona y el interés estratégico de México en estas áreas.

En consecuencia la universidad deberá establecer gradualmente nuevos campus, centros y dependencias en otras poblaciones del estado para atender la demanda y, al mismo tiempo, ampliar la influencia de su oferta educativa, de sus investigaciones y programas de difusión y extensión.

Asimismo, deberá incorporar en su estructura mecanismos concretos que hagan posible el desarrollo de programas de cooperación con instituciones y organismos nacionales e internacionales, principalmente de la región, para la realización de proyectos y servicios comunes de beneficio institucional, regional e interinstitucional.

### **1.5 Valores de la Universidad**

La universidad incorporará los principios de multidisciplina e interdisciplina para responder a las tendencias actuales de desarrollo del conocimiento que permiten avanzar en la búsqueda de soluciones integrales ante la complejidad de los fenómenos sociales y naturales.

Se señala que estos principios no implican la dispersión del conocimiento sino abordar la interdependencia y la diversidad de perspectivas teóricas desde una sólida formación disciplinaria.

Se adoptará el principio de innovación estimulando y facilitando la creatividad y la capacidad de adaptación de la comunidad universitaria tanto en el campo académico como en el institucional y administrativo, se asume el

compromiso de encontrar nuevos métodos, técnicas y procesos en los diferentes ámbitos del quehacer universitario.

## **1.6 Finalidad de la Universidad**

De conformidad con lo establecido en el Artículo 5 de su Ley Orgánica, “la Universidad de Quintana Roo, como Institución de educación superior de carácter público, al servicio de la sociedad tiene como finalidad esenciales”.

- a) Impartir educación superior en los niveles de licenciatura, estudios de postgrado, cursos de actualización y especialización bajo diferentes modalidades de enseñanza para formar profesionistas, profesores e investigadores que requiere en Estado de Quintana Roo, la región y el país. Ello mediante la formación de individuos de manera integral con clara actitud humanista, social y científica, dotados de espíritu emprendedor, innovador y de logro de objetivos encauzados a la superación personal, comprometidos con el progreso del ser humano, del aprecio a la patria y a la conciencia de responsabilidad social.
- b) Organizar, fomentar y generar nuevos conocimientos mediante programas de investigación científica, humanística, social, cultural y de desarrollo tecnológico, buscando resolver las necesidades de la sociedad quintanarroense y del país en general.
- c) Organizar, fomentar y realizar programas y actividades relacionadas con la creación artística, la difusión y extensión de los beneficios de la cultura que propicien el avance en su conocimiento.
- d) Contribuir a la preservación, enriquecimiento y difusión del acervo científico, cultural y natural del Estado de Quintana Roo, de la región y del país de naturaleza eminentemente social que propicia la participación de la

sociedad a través de sus opiniones, demandas y requerimientos sociales. Con un sistema financiero diversificado que no solo estimula la generación de ingresos propios sino que propicia una mayor participación social en el financiamiento de la universidad.

### **1.7 Principales Elementos**

La Universidad de Quintana Roo es el centro académico en su tipo más joven del país. Su creación responde a un viejo anhelo de los Quintanarroenses de contar con un centro de educación superior para formar profesionales en las áreas sociales, las humanidades, las ciencias básicas y las áreas tecnológicas de mayor demanda y consumo en esta época de alta competitividad.

Su creación hizo acopio de las invaluable experiencias acumuladas en los últimos setenta años de la educación superior y se incorporaron innovadores conceptos con objeto de convertirla en una universidad de excelencia en México y la Cuenca del Caribe.

La Universidad de Quintana Roo será una institución de naturaleza eminentemente social:

- a) Orientada hacia una vigorosa vinculación con la sociedad, que se manifieste, Tanto en su normatividad y estructura, como en sus funciones y quehacer institucional.
  
- c) Con una misión social de carácter regional, que paralelamente a su atención a las demandas del Estado de Quintana Roo y del Sureste Mexicano, proyecte sus actividades hacia Centroamérica y el Caribe.

c) Empeñada en el mejoramiento continuo y en la planeación y evaluación sistemáticas, en tanto que son procesos vitales para su superación institucional y para lograr una mayor, mejor y más adecuada respuesta social y por el avance del conocimiento, de la cultura y de las artes.

### **1.7.1 Escudo**



*Autor: J. Enrique Hernández Rodríguez.*

En la parte alta se localiza un Tucán, que como ave, es símbolo de libertad y típico representante de la fauna quintanarroense.

Hacia abajo, en la punta del escudo, se encuentran representados los corales y, sobre éstos, unas líneas onduladas simulando agua.

Destacan en el centro: el árbol, representante de la naturaleza en general y materia prima de uno de los elementos más preciados en el desarrollo del hombre: el papel.

En el centro del árbol tenemos un libro, símbolo perenne del conocimiento y dentro de éste un núcleo, representando los avances científicos y tecnológicos universales.

En los extremos derecho e izquierdo aparecen dos serpientes con los rasgos característicos de la cultura maya en la que, además, se aprovechan las formas suaves y redondeadas para contrarrestar la rigidez anguloso de otros elementos del diseño.

Finalmente, se ha incluido en la parte inferior una banda con el lema de la Universidad de Quintana Roo : “Fructificar la razón: trascender nuestra cultura”

### **1.7.2 Lema**

**“Fructificar la razón:  
Trascender nuestra cultura”**

*Autor: Maribel Rubí Urbina Reyes.*

En su propuesta, la autora del lema insistió como hilo conductor en dos conceptos básicos: Razón y Trascendencia.

FRUCTIFICAR, llegar al nivel de donación de sí; una vez afianzada la certeza del trabajo que nos profesionaliza en pos de esa misma Razón, hacerla UTIL al género humano y su hábitat.

TRASCENDER nuestra CULTURA (en términos amplios) para volverla SIGNIFICATIVA, darle un sentido que apoye el progreso de las futuras generaciones.

### **1.7.3 La Fundación Universidad de Quintana Roo**

Es una Asociación Civil creada el 4 de diciembre de 1998, por un grupo de empresarios y amigos de la Universidad de Quintana Roo.

Compartiendo sueños y experiencias el 4 de Diciembre de 1998 un grupo de Empresarios decidieron unir esfuerzos para crear la Fundación UQROO, cuyo objetivo principal sería la de coadyuvar a la Universidad de Quintana Roo, obteniendo recursos y canalizarlos hacia la institución para el cumplimiento de sus funciones en general y hacia proyectos específicos de la misma, especialmente los dirigidos al fortalecimiento de la Universidad.

#### **Misión de la Fundación Universidad de Quintana Roo**

Contribuir al desarrollo social, económico, cultural y profesional de la entidad haciendo una decisiva aportación a la reflexión crítica colectiva, dentro de una permanente búsqueda de la excelencia académica y una vigorosa vinculación con la sociedad.

#### **Principios**

- Organización no lucrativa que se dedicara a la consecución de fondos a favor de las causas y objetivos de la Universidad.
- Será ajena a toda actividad política y religiosa.
- Servirá de enlace y coordinación entre los sectores público, social, y privado.
- Apoyará financieramente los programas que proponga la Universidad.

#### **Objeto Social**

- Recibir toda clase de donativos.

- Realizar todo tipo de acciones de carácter financiero a favor, apoyo y a beneficio de la Universidad de Quintana Roo, así como de la comunidad universitaria, principalmente en materia educativa, de investigación científica y de difusión cultural.
- Financiar a la universidad en proyectos de investigación.
- Participar o dirigir campañas de capital o de solicitud de donaciones.
- Obtener la deducibilidad fiscal para todos los donativos que reciba y que otorgue.
- Relacionarse con todo tipo de Fundaciones y corporaciones nacionales e internacionales de su tipo, para el intercambio de información y experiencias.

#### **1.7.4 El H. Patronato**

El patronato es un órgano colegiado de la universidad que tiene como principales finalidades promover la comunicación permanente de la universidad con los sectores más representativos de la sociedad quintanarroense, asesorar y apoyar al Rector y al consejo universitario en sus programas y proyectos de desarrollo financiero; promover y llevar a cabo programas tendientes al mayor incremento del patrimonio de la universidad; y gestionar el aumento de sus ingresos extraordinarios a través las actividades a su cargo.

El Patronato estará integrado por un mínimo de 9 y un máximo de 12 personas que sean miembros distinguidos de la sociedad quintanarroense; contará con un Presidente dos Vicepresidentes, un Secretario y las demás fungirán como vocales, quienes serán designados de entre sus miembros.

Los miembros del Patronato durarán en su cargo cuatro años y no podrán ser reelectos. El cargo de miembro del Patronato será a título honorífico y sin derecho a retribución económica alguna.



Para la realización de sus fines y el cumplimiento de sus atribuciones, el Patronato, en la persona de su Presidente, contará con todas las facultades que corresponde a un apoderado legal para la realización de actos de dominio, de administración y pleitos y cobranzas, en los términos de la legislación civil del Estado. El Presidente del Patronato contará con la facultad de delegar los poderes a que se refiere esta disposición, en la o las personas que determine, en cada caso concreto.

### **1.7.5 Bibliotecas**

Las universidades, a través del tiempo, han desempeñado un papel medular en la generación y transmisión del conocimiento.

En la actualidad se ha diversificado, por un lado, la capacidad para generar nuevos conocimientos y, por otro, se ha multiplicado de manera vertiginosa, las opciones para recuperar, transmitir, difundir y apropiarse de información.

En este contexto, una de las columnas que sostiene el desempeño académico universitario y que a la vez permite la continuidad en la formación profesional de estudiantes en cada una de las áreas del conocimiento humano, lo constituye la biblioteca.

La biblioteca se erige así como un fuerte pilar que apoya las funciones sustantivas y adjetivas de la universidad, y para ello, se aboca a seleccionar, adquirir, organizar, conservar y disponer con calidad y eficiencia a la comunidad universitaria que sirve, los múltiples y variados servicios de información.

La convicción del rol tan importante que juega la biblioteca en el desempeño de la función académica conduce a una búsqueda permanente de brindar la máxima satisfacción a las necesidades informativas del usuario a través de recursos pertinentes y relevantes y excelente calidad humana en los servicios.

## **Misión**

Contribuir a la formación integral de profesionistas competitivos y al proceso de generación de nuevo conocimiento, proporcionando oportunamente recursos y servicios informativos de alta calidad.

## **Visión**

Ser el máximo entorno favorable para el aprendizaje y la generación de nuevo conocimiento que satisfaga las necesidades de información y del conocimiento entre la comunidad universitaria.

## **Valores compartidos**

- Servicios de información basados en la innovación
- Trabajo en equipo con actitud de servicio
- Elevar la cultura de gestión de la información
- Nunca estar satisfechos, Ser siempre mejores

## **Meta**

Lograr un mejor servicio al usuario a través de espacios óptimos, colecciones amplias y disponibles, trámites mínimos y, de manera muy especial, atención personalizada de alta calidad.

## **SERVICIOS BIBLIOTECARIOS :**

### ✓ **Préstamo en sala**

Este servicio le permite utilizar los materiales bibliográficos en forma directa e inmediata dentro de los espacios de la biblioteca.

✓ **Préstamo a domicilio**

Mediante el cual puede disponer, simultáneamente, de cinco libros para ser utilizados fuera de la biblioteca por un periodo de hasta cinco días.

✓ **Préstamo interbibliotecario**

A través de este servicio puede tener a su alcance, previa solicitud al módulo de Circulación y Préstamo, materiales de otras bibliotecas con las que se tengan convenio. Este servicio sólo se otorga a los miembros de la comunidad universitaria.

✓ **Orientación y consulta**

El personal de la biblioteca esta capacitado para orientar acerca de la organización y servicios que se ofrecen en la biblioteca, el acceso a la información mediante el uso del catálogo en línea, o en su caso llevar a cabo una visita guiada.

✓ **Investigación documental**

Servicios en línea y locales de bases de datos, referencias bibliográficas, textos completos de revistas, libros, tesis, etc.

✓ **Cubículos**

Para el estudio e investigación en equipo se tiene acondicionado un número determinado de cubículos, el préstamo de estos requiere de un registro previo en el módulo de consulta.

### ✓ **Aulas Informáticas**

La biblioteca universitaria dispone de dos aulas informáticas con veinte computadoras cada una, además cuenta con una sala de consulta electrónica con equipo multimedia, todas equipadas con procesadores de texto y conectadas a la red mundial de información, a través de éstas se puede acceder a bases de datos locales y remotas, enviar mensajes por correo electrónico, realizar trabajos académicos e imprimir los documentos.

### ✓ **Formación de usuarios de información**

Con el propósito de aprovechar, de manera eficiente, el potencial de información y conocimiento contenidos en los diferentes recursos informativos que posee la biblioteca de la UQROO y desarrollar una cultura de la información entre los usuarios de la misma, se tiene el programa "Formación de usuarios", el cual comprende los cursos y talleres sobre el uso y manejo de la información.

## **BASES DE DATOS DISPONIBLES**

El sistema bibliotecario de la institución dispone para el apoyo de la oferta educativa para los niveles de pregrado y postgrado, un paquete de bases de datos, estos son:

- Biblioteca virtual que ofrece el acceso en línea a más 37 bases de datos referenciales y de texto completo. Este paquete contiene bases de datos especializadas y multidisciplinarias. La disponibilidad de este paquete fue a partir del año 2001 al conformarse el consorcio de bibliotecas universitarias de la Red de Bibliotecas de la Región Sur Sureste de la ANUIES (REBIS) A los tres paquetes mencionados se agregan dos más,

- Proquest Con más de 1.6 millones de entradas, Digital dissertations, representa el trabajo de graduados de más de 1000 escuelas y universidades. Se agregan 47000 nuevas disertaciones y 12000
- OCLC , FirstSearch es un servicio en línea que da acceso a los profesionales bibliotecarios y usuarios a una abundante colección de bases de datos de referencia. Con FirstSearch, el material aparece destacado en los resultados de búsqueda en docenas de bases de datos importantes.
- Springer SpringerLink es líder mundial en bases de datos interactivas para libros y revistas STM. Más de 10 millones de computadoras tienen conexión directa a SpringerLink y visualizan millones de páginas cada mes.
- Ebsco Host Paquete de 5 bases de datos de información en todas las áreas con 3,200 publicaciones periódicas académicas y texto completo para 2,280.

## **COLECCIONES**

**Colección General.** Está integrada por más de 30,479 volúmenes, fundamentalmente, desarrollada para apoyar el aprendizaje relacionado con los programas de docencia e investigación de la propia institución

**Hemeroteca.** Esta sección se conforma por 191 títulos de revistas científicas, técnicas y generales vigentes por suscripción; además ocho periódicos, dos locales, cuatro regionales y tres nacionales.

**Mapoteca.** Está conformada por más de 502 cartografías, la mayoría corresponden a la Península de Yucatán y son editadas por el Instituto Nacional de Estadística, Geografía e Informática (INEGI).

### **Videoteca.**

Se conforma por más de 440 videocintas de diversa temática, existe un catálogo que proporciona información de cada uno de los títulos de los videos disponibles para su consulta en dicha sección.

### **Base de datos en disco compacto.**

Estas son una fuente más de información que la biblioteca pone a disposición de la comunidad universitaria, la información contenida en estas bases de datos son bibliográficas, estadísticas y de texto completo.

## **1.7.6 Departamento de cómputo y telemática**

El modelo educativo de la universidad impulsa fuertemente el uso de las TIC's (Tecnologías de la Información y la Comunicación) con el objetivo de mantener la competitividad de nuestros estudiantes, con ese fin las bibliotecas de la Universidad de Quintana Roo apoyan con el servicio de préstamo de equipo de cómputo y la Red Universitaria de Cómputo.

### **a) LEMA**

“Tecnología e Innovación a su servicio”

### **b) VALORES**

- Compromiso Institucional
- Innovación
- Actitud de Servicio
- Calidad
- Respeto

### **c) MISIÓN**

Proporcionar servicios y soluciones de tecnologías de información de calidad que contribuyan al mejoramiento del proceso enseñanza aprendizaje y de la gestión administrativa con el aprovechamiento óptimo de los recursos.

### **d) VISIÓN**

Ser un centro líder innovador en soluciones de tecnologías de información al servicio de la universidad y de la sociedad.

### **e) EQUIPOS**

El sistema bibliotecario, integrado por la biblioteca Santiago Pacheco Cruz y la biblioteca Sara María Rivero Novelo, cuentan con una gran infraestructura tecnológica distribuida de la siguiente manera.

<b>EQUIPOS</b>	<b>SPC</b>	<b>SMRN</b>
Computadoras para usuarios. (aulas y cubículos)	100	43
Computadoras para catálogos en línea.	8	7
Computadoras para servicios al usuario. (circulación)	2	1
Computadoras de áreas administrativas.	9	3
Equipos automatizados. (autopréstamo)	1	1
Walldisplay	1	0
Servidores	3	1

Fuente: Centro de Computo Universitario

### **1.7.7 Principales laboratorios**

Es de suma importancia para la universidad contar con laboratorios equipados para contribuir a la formación de estudiantes, motivando a la investigación y con ello lograr un desarrollo científico, y tecnológico.

La investigación es una actividad prioritaria cuyos resultados de alta calidad y pertinencia le dan prestigio a la institución. Las líneas de generación y aplicación innovadora del conocimiento están bien definidas, existen lineamientos institucionales adecuados de operación y evaluación. Así como una clara definición respecto al balance entre la investigación básica y aplicada.

- Ingeniería Ambiental
- Sistemas de Energía
- Meteorología
- Diseño y dibujo asistido por computadora
- Antropología

### **1.7.8 Principales programas culturales**

- Artes plásticas
- Creación literaria
- Danza folklórica y contemporánea
- Bailes caribeños
- Bailes españoles
- Rondalla
- Teatro
- Ballet Clásico
- Coro Universitaria



Entre las principales actividades artísticas, deportivas y culturales destaca la participación de la Universidad en:

- Jornadas estudiantiles de lengua y cultura.
- Eventos culturales y deportivos en el estado y la región.
- Festivales y celebraciones tradicionales en municipios.
- Operación de un radio vía Internet.
- Concursos artísticos y competencias deportivas locales, regionales y nacionales.

### **1.7.9 Proyecto de vinculación con la Industria**

La universidad asume su compromiso de liderazgo en el entorno al generar oferta para la formación continua y flexible de capital humano, en términos de la atención a las necesidades y demandas de sus egresados, de los sectores social, público y privado, los que a su vez aprovechan las capacidades de innovación, educación abierta y a distancia.

- Apoyo y capacitación al Comercio al Detallista (PROMODE).
- Prestación de servicio social y asesoría a CRECE.
- Participación en el proyecto incubadora de empresas con la SECOFI y el Gobierno del Estado de Quintana Roo.

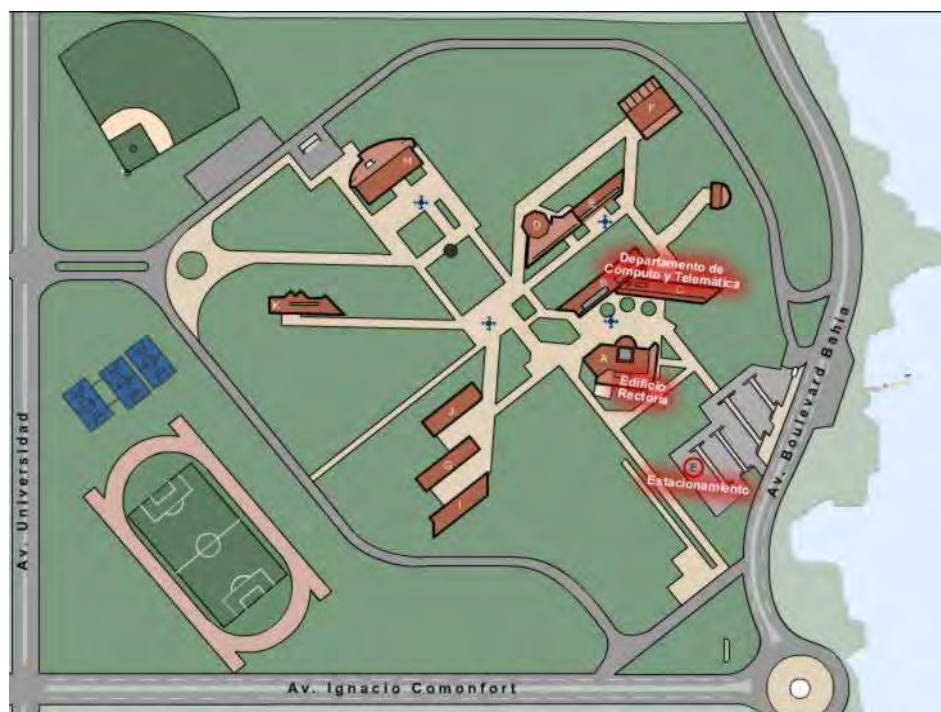
### **1.7.10 Convenios con Organismos Nacionales e Internacionales**

La universidad participa en alianzas estratégicas en su entorno local, regional e internacional a través de cada programa académica, así como de sus centros de extensión generando propuestas de soluciones a las necesidades de la sociedad, las estancias profesionales son un sólido vínculo con el sector empresarial .

Actualmente la UQROO mantiene 43 convenios relacionados con las actividades de intercambio estudiantil y docente, estancias profesionales, servicio social y comunitario entre ellos:

- Convenios de intercambio académica con University of Rhode Island, Universidad de la Habana y University of North Texas
- Convenio de colaboración institucional y académico con el Consejo Nacional de Ciencia y Tecnología.
- Convenio de servicio social con la Secretaría de Desarrollo Social.

### **UBICACIÓN**



**FUENTE <http://www.uqroo.mx/3d/verchetumal.htm>**

Boulevard Bahía s/n Esq. Ignacio Comonfort. Chetumal, Q. Roo.

Teléfonos: 01 800 84 94 763, (983) 2 92 65, 5 03 51.

Fax: (983) 2 66 90 y 2 92 62.

# **CAPITULO II**

## **LA LICENCIATURA EN SISTEMAS COMERCIALES: PERFIL Y OBJETIVOS**

### **2.1 Justificación de la Licenciatura**

Los cambios que se presentan actualmente apuntan hacia una integración cada vez mayor de los procesos económicos entre las entidades, tanto al interior como al exterior de los países.

Dentro de esta integración económica el papel de los sistemas de comercialización cobra, cada día, mayor importancia y aumenta de tal forma su cobertura y su especialización que resulta indispensable contar con profesionistas que tengan amplios conocimientos al respecto.

El sureste mexicano y particularmente en la región del Caribe en estos días, esta situación se hace más patente; por ello, la Universidad de Quintana Roo ofrece la Licenciatura en Sistemas Comerciales, para contribuir al fortalecimiento de la entidad mediante la optimización de los procesos de producción y distribución de la zona con el resto del mundo.

### **2.2 Objetivo Curricular de la Carrera**

El objetivo de la carrera es la formación de profesionistas con amplio dominio de conocimientos teóricos y de habilidades prácticas en las áreas de desarrollo y gestión empresarial, incluyendo la comercialización de bienes y servicios tanto en los mercados nacionales como los internacionales, de tal manera que su aplicación, bajo un marco de aprovechamiento racional y sustentable de los recursos del medio ambiente y en el contexto de la dinámica de cambio que caracteriza a la sociedad moderna, les permita contribuir al análisis de

las necesidades y a la solución de la problemática del desarrollo de las empresas y el comercio de la región convirtiéndose en actores dinámicos del desarrollo económico.

## **2.3 Perfil del Aspirante y Perfil del Egresado**

### **a) Perfil del Aspirante**

Los aspirantes a ingresar a la licenciatura de Sistemas Comerciales deberán cumplir con los requisitos establecidos en el Reglamento de Estudios de la Universidad.

Adicionalmente y de preferencia debe tener vocación para el comercio y los negocios, disposición para la comunicación, interés en la comercialización nacional e internacional, debe ser creativo, orientado al liderazgo y disponer de una actitud asertiva.

Por otra parte, los aspirantes a la Licenciatura de Sistemas Comerciales deberán cumplir con los siguientes requisitos:

- Ser egresado de las instituciones de educación media superior.
- Haber cubierto todas las materias y presentar el certificado de estudios correspondiente.
- Provenir del área de ciencias sociales, económico-administrativas o matemáticas.
- Tener interés en contribuir al desarrollo socioeconómico regional y nacional, en las áreas de planeación de sistemas comerciales y cadenas productivas.

- Mantener una actitud abierta ante el trabajo interdisciplinario.
- Tener una actitud creativa en el contexto empresarial e interés en las relaciones comerciales nacionales e internacionales.

## **b) Perfil del Egresado**

Cuando egreses de la Licenciatura en Sistemas Comerciales estarás capacitado para desarrollando habilidades para cumplir con las siguientes habilidades:

- Ser capaz de insertarse en el proceso de desarrollo de Sistemas Comerciales que permitan ofrecer bienes y servicios para la satisfacción de las necesidades del consumidor.
- Implementar alternativas de comercialización a través de estrategias de ventas y de negociación que permitan la estabilidad del sistema comercial en beneficio de los actores del mismo y de la sociedad en general.
- Analizar y explorar mercados tanto cuantitativamente en términos de la dimensión de la oferta y la demanda, de su ubicación geográfica así como cualitativamente de acuerdo a la identificación de las preferencias y características de los consumidores en los diversos entornos sociales, culturales y económicos presentes en los mercados.
- Diseñar y desarrollar estrategias de negocios que permitan el desarrollo de bienes y servicios orientados a la satisfacción de necesidades de los consumidores en los mercados regionales, nacionales e internacionales.
- Analizar, diagnosticar y administrar los procesos de gestión de las empresas en cuanto al sistema comercial en que se insertan generando

planes y proyectos en las áreas funcionales que permitan un proceso de mejoramiento continuo de su relación con el mercado.

- Desarrollar iniciativas empresariales que basen su competitividad en el manejo de nuevas tecnologías de la información y las comunicaciones (NTIC) científicas y administrativas.
- Desarrollar un claro compromiso con el bienestar de los individuos y de la sociedad.
- Desarrollar iniciativas empresariales tomando en cuenta los principios del desarrollo sustentable, la conservación, manejo y utilización responsable de los recursos naturales, la equidad y respeto a la diversidad.

## **Valores**

Los valores y las actitudes que se deben inculcar a lo largo del proceso de formación de profesionistas son los siguientes:

- Justicia
- Compromiso
- Honestidad
- Responsabilidad
- Solidaridad
- Tolerancia
- Respeto
- Disciplina
- Ética
- Calidad en el estudio

## **Actitudes**

- Proactivo
- Disposición para la comunicación

- Iniciativa
- Espíritu emprendedor
- Disposición al cuestionamiento crítico
- Disposición al trabajo
- Disponibilidad a asumir retos
- Seguridad en sí mismo
- Apertura al cambio

## **Habilidades**

- Liderazgo
- Auto aprendizaje
- Razonamiento crítico
- Toma de decisiones
- Visión
- Innovación
- Creatividad
- Asertividad
- Planeación y organización del trabajo
- Trabajo en equipo
- Investigación
- Lectura y redacción
- Análisis y síntesis
- Comunicación oral y escrita en español
- Análisis e interpretación de datos
- Relaciones interpersonales
- Facilidad del manejo del idioma inglés
- Manejo de las nuevas tecnologías de la información y las comunicaciones (NTIC).

## **2.4 Ventaja Comparativa de la Lic. En Sistemas Comerciales respecto a otras licenciaturas**

La carrera de Sistemas Comerciales es una de las carreras más novedosas creada por la Universidad de Quintana Roo, en la que se capacita y educa al alumno para crear, organizar y fomentar nuevos negocios y colaborar en el desarrollo de los ya consolidados con un enfoque moderno, utilizando técnicas que ayuden al buen desarrollo de la misma.

La ventaja principal de la carrera en comparación de las otras carreras ofertadas en la Universidad es la formación de nuevos líderes y emprendedores de negocios. Por que si bien tienes las técnicas para maximizar los recursos de una empresa, también fomenta la iniciativa propia del estudiante para realizar un negocio, siendo nosotros los que de manera más objetiva podemos poner en marcha lo aprendido para nuestro bienestar personal y de nuestro entorno.

## **2.5 Actividad Profesional**

El egresado de la Licenciatura en Sistemas Comerciales tendrá un amplio campo de trabajo:

1. En la propuesta y desarrollo de empresas productivas como propietario o asociado de las mismas.
2. En la iniciativa privada, en todas las empresas de producción, transformación y comercialización de bienes y servicios, al interior y al exterior del país.
3. En las asociaciones de empresarios de estas ramas podrá también brindar sus servicios de asesoría.
4. En el sector público en las áreas de industria y comercio, tanto nacional como internacional.
5. También, podrá formar parte de las comisiones diplomáticas referidas a negociaciones comerciales.



6. Podrá, asimismo, dedicarse a actividades de investigación y desarrollo y a labores docentes.

### **2.5.1 Campo Profesional**

Como Licenciado en Sistemas Comerciales podrás trabajar:

- En la propuesta y desarrollo de empresas productivas, como propietario o asociado de las mismas.
- En la iniciativa privada, en todas las empresas de producción, transformación y comercialización de bienes y servicios, al interior y al exterior del país.
- En las asociaciones de empresarios de estas ramas, podrás brindar servicios de asesoría.
- En el sector público en las áreas de industria y comercio, tanto nacional como internacional.
- Asimismo podrás dedicarte a actividades de investigación y docencia.
- Tendrás amplio dominio de los programas de cómputo y del idioma inglés, que permitirán tu desarrollo profesional en cualquier ámbito nacional e internacional al que desees incursionar.

## **2.6 Organización de la Licenciatura**

Los planes de estudio de la UQROO permiten la apertura de espacios de mayor flexibilidad en la currícula académica con la aplicación del sistema de créditos. En este sistema, cada asignatura tiene un valor en créditos que indica un aspecto cualitativo referente a las actividades referentes a las actividades de teoría y de práctica en el curso; y un aspecto cuantitativo surgido del número de horas que dichas actividades requieren en cada ciclo. El estudiante debe cubrir los créditos en cuatro bloques distintos de asignaturas dentro de los rangos señalados en su plan.

### **Mapa Curricular**

La carrera contiene cursos organizados de la siguiente manera:

#### **1. Asignaturas Generales (AG)**

Cursos de carácter general, útiles para desarrollar las habilidades necesarias para que los estudiantes amplíen sus horizontes académicos, trabajen y elaboren en forma creativa los contenidos de todos los cursos a lo largo de su carrera.

Cumplen el doble propósito de consolidar conocimientos básicos y constituirse en herramienta intelectual de apoyo al estudiante durante toda su vida académica.

#### **2. Asignaturas Divisionales (AD)**

Son cursos que se comparten dentro de una misma División Académica:

- Ciencias Sociales y Económico Administrativas
- Estudios Internacionales
- Humanidades
- Ciencias
- Ingeniería

Tienen como objetivo familiarizar a los estudiantes con temáticas y problemas compartidos por las distintas disciplinas dentro de su área y enfatizar la importancia de la interdisciplinaria para el avance del conocimiento.

### **3. Asignaturas de Concentración Profesional (ACP)**

Estos cursos se refieren al cuerpo teórico – metodológico específico de la carrera, tienen un mayor nivel de especialización temática y mediante éstos, el alumno configura su perfil profesional.

### **4. Asignaturas de Apoyo (AA)**

Son cursos que los estudiantes pueden elegir de acuerdo a sus intereses y representan un complemento importante para su formación integral. Pueden ser asignaturas ofrecidas en áreas distintas a su carrera, o bien actividades universitarias de carácter deportivo, cultural, computación o idioma.

## **2.7 Plan de Estudios 1995-2002**

### **2.7.1 Asignaturas Generales**

- **Lógica**

La disciplina en el pensamiento, como piedra angular de la generación del conocimiento, ha sido reconocida desde la antigüedad y se ha valorado cada día

más con un elemento de capital importancia en la formación del moderno profesional, la formación universitaria pretende en última instancia, la formación de profesionales capaces y pensantes, pero para que este pensamiento rinda sus máximos en cada uno de los rubros de la actividad humana, debe ser un pensamiento fundamentado y argumentado.

La asignatura de lógica, de este modo no solamente se vincula con otras asignaturas del plan de estudios o con los objetivos instruccionales que pueda tener una licenciatura, sino que, vincula de manera directa con objetivos mucho más generales y de mayor profundidad que tiene la universidad en sí mismo y que puede nominarse como la formación integral del alumno para una sana y productiva integración de la sociedad.

Por otra parte el desarrollo de nuestra sociedad actual, depende cada día de interacciones más complejas entre los elementos que la componen, y uno de ellos, de los más importantes desde nuestro punto de vista, es el conocimiento, que en nuestra sociedad tecnológica se entiende cada día más como el saber como, es decir el conocimiento para hacer cosas. Desde este punto de vista, el curso de lógica, pretende que el alumno no solamente adquiera los conocimientos necesarios para, sino, que los ponga en práctica, empezando a hacerlo seriamente en este curso y creando el hábito de hacerlo siempre en su vida profesional futura.

➤ **Matemáticas**

Con el curso de matemáticas básicas se pretende orientar al alumno para que adquiera la destreza, gusto y seguridad en la utilización de los conocimientos (comprensión de conceptos y habilidad para manipular algoritmos) mínimos que requiere cada estudiante de nivel superior para el análisis de la información básica, estadística y valorativa, que se proporciona en los medios de difusión del devenir diario a nivel local, nacional e internacional.

Como estudiantes trataremos de desarrollar la habilidad para elaborar modelos matemáticos sencillos de diversas situaciones problemáticas en distintas áreas del conocimiento y de ejercitar distintos procedimientos del razonamiento lógico tales como deducción, inducción, análisis y síntesis, generalización, comparación clasificación, etc.

➤ **Escritura y Comprensión de Textos.**

Este curso tiene como finalidad participar en el desarrollo del estudiante en su formación integral, dentro de un marco académico que subraye la importancia de la aplicación práctica del lenguaje en su ejercicio profesional, lo que favorecerá a la correcta expresión verbal o escrita en forma interdisciplinaria, procurando una interpretación reflexiva y cualitativa, en varios niveles de distintos tipos de textos.

➤ **Seminario de Problemas Regionales**

El seminario se articula mediante grupos multi e interdisciplinarios de 15 personas, que se abocarán al análisis de problemas concretos seleccionados por su relevancia especial para el Estado. La finalidad del seminario es presentar una visión integrada y coherente del problema analizado, en la que se haga una ponderación del efecto de este en el desarrollo de la región, concluyendo en un trabajo colectivo que contenga la argumentación en que se basan las conclusiones y propuestas.

➤ **Ética**

Este curso semestral pretende que el estudiante adquiera una formación ética significativa que le permita un desarrollo en su perspectiva y su cosmovisión de los valores humanos dentro de la sociedad que integra y modifica. Esta actitud partirá de una profunda reflexión ante los problemas éticos que han planteado distintos filósofos durante la historia del pensamiento del hombre.

Atenderá este curso el aspecto formativo de una conciencia social y, también el aspecto interactivo de una sensibilidad que le procure elementos que aporten a su mejoramiento del mundo que lo rodea.

### **2.7.2 Asignaturas Divisionales**

#### **➤ Historia y Cultura Regional**

El curso ofrece parte del curso aborda un enfoque teórico sobre el quehacer de la historia y su aplicación al ámbito regional. La segunda introduce al estudiante en la historia y cultura de Quintana Roo y la región del Caribe, aportándole también una visión del medio geográfico.

#### **➤ Introducción a la Economía**

El curso ofrece los conocimientos básicos de los principales elementos de la ciencia económica. Objeto y método de la economía, Doctrinas Económicas: Fisiocracia, Mercantilismo, Adam Smith, Ricardo Marx, Keynes, Poskeynesianos.

#### **➤ Introducción al Estudio del Derecho**

Este curso trata acerca de las diferentes teorías del derecho, los conceptos jurídicos fundamentales, su papel en la ciencia jurídica y en el propio derecho. Expone cómo la posesión de estas categorías y aplicación de los conocimientos obtenidos, contribuye a resolver problemas con el concurso de la ciencia jurídica. Analiza los temas sobre el derecho como producto cultural, las distintas teorías acerca de la naturaleza del derecho, la técnica jurídica que comprende que comprende la dogmática, la interpretación y los conflictos de leyes en el espacio.

➤ **Problemas Sociales Contemporáneos**

El curso enfatiza el análisis crítico de los problemas más significativos de nuestra civilización y la reflexión sobre alternativas de solución a los problemas planteados. En una segunda parte el estudiante identificará diversas interpretaciones sobre la realidad nacional y elaborará sus propias respuestas a los problemas más importantes del país. Temática: Sistemas Sociales y Políticos, áreas de conflicto, totalitarismo y democracia, crisis y cambio social, el nuevo orden mundial. México: cultura e identidad nacional, tradición y modernización, estado y sistema político, sociedad y economía, México ante el mundo.

➤ **Metodología de la Investigación en Ciencias Sociales**

El curso brinda herramientas para identificar y enfrentar problemas de investigación, da a conocer procesos de investigación con distintas perspectivas teóricas y técnicas de recolección y análisis de datos, aborda la diversidad en la investigación social, el proceso de investigación y la relación entre teoría sociológica y métodos de investigación.

### **2.7.3 Asignaturas de Concentración Profesional**

➤ **Procesos Administrativos**

Conceptos administrativos básicos. Planeación, Organización, Dirección y Control, actividades gerenciales; empresas de bienes y servicios.

➤ **Matemáticas I (cálculo y ecuaciones)**

El curso comprende el estudio del cálculo diferencia e integral como una herramienta matemática para el entendimiento, la comprensión y la

sistematización del estudio de otras ciencias y su aplicación a la descripción y solución de problemas en las áreas de ingeniería y las ciencias naturales:

- Números reales.
- Sucesiones en serie; funciones, derivación e integración en una variable.

➤ **Matemáticas II (Estadística Descriptiva e Inferencial )**

El curso proporciona conocimientos sobre conceptos y métodos para el manejo de conjuntos de datos, da herramientas para la utilización e interpretación estadística de los datos dentro de un proceso de investigación, los temas incluyen representación de datos, en forma tabular y gráfica; identificación de conceptos relacionados con las medidas de centralización y de dispersión dentro de problemas específicos; utilización de conceptos probabilísticas en la resolución de problemas elementales, aplicación de las técnicas de mínimos cuadrados, y verificación de hipótesis en las que se sustenta el modelo de regresión, a partir del análisis de residuos.

➤ **Microeconomía**

Fundamentos. Producción, punto de equilibrio para el productor. Oferta Demanda. Comportamiento del consumidor, curvas de indiferencia, costo y beneficio.

➤ **Historia Económica Mundial.**

Orígenes de la economía, sistema económico en la edad media, capitalismo comercial, surgimiento de la economía. Primera revolución industrial, aportación de los economistas clásicos, teoría marxista, escuela marginalista, escuela moderna europea y pensamiento económico norteamericano. Economía primera y



segunda guerra mundial. Teoría keynesiana, segunda Revolución Industrial, escuela Estructuralista, teoría poskeynesiana, monetarismo, ofertismo y sus repercusiones en América Latina, desintegración de la URSS, procesos de globalización, países de reciente industrialización, modelo económico alemán y japonés, nuevo modelo económico norteamericano.

➤ **Introducción a la Contabilidad y Análisis de Estados Financieros**

Conceptos básicos; fines fundamentales; principios contables, legislación registros en libro diario y mayor; concepto de cuenta, clasificación, activo, pasivo y capital, elaboración y análisis de estados financieros; estado de resultados y balance general. Elaboración de hoja de trabajo y balanza de comprobación.

➤ **Matemáticas Financieras.**

Concepto análisis de sistemas, forma general de programación lineal, métodos particulares y solución de problemas, teoría de colas, teoría de inventarios, técnica montecarlo.

➤ **Macroeconomía.**

Fundamentos básicos teóricos; demanda agregada, consumo ingreso y el modelo IS – LM. Política fiscal, mercado de dinero, teoría de la inversión oferta y demanda agregadas, inflación, déficit público, crecimiento y ciclo económico. Políticas de estabilización, apertura de la economía, expectativas de los agentes económicos.

➤ **Derecho Mercantil I.**

Concepto, fuentes del Derecho Mercantil Mexicano, actividades de comercio, comercio general, individual y social, contrato de sociedades,

sociedades; Colectiva, Comandita Simple, y por acciones, Anónima, Organización de la Sociedad Anónima. Capital Social, emisión de obligaciones, balanza y reservas, Sociedad de Responsabilidad Limitada, de Capital Variable, disolución y liquidación de las Sociedades Mercantiles, Fusión y Transformación, Títulos-Valores, Empresa, Nombre, Marcas y Patentes.

➤ **Contabilidad de Costos.**

Conceptos básicos, función naturaleza de los costos, métodos de costeo, clasificación de costos, ciclo de contabilidad de costos, contabilidad de materias primas, de artículos producidos y vendidos, costos de materias primas y de mano de obra, costos indirectos de fabricación, análisis de costos conjuntos, costos estándar, sistema de costeo, toma de decisiones.

➤ **Psicología de las Relaciones Comerciales.**

Comunicación, elementos, canales y tipos, reglas para una buena comunicación obstáculos, motivación y aspectos de las tomas de decisiones del consumidor, motivos de compra y caracteres del consumidor, perfiles requeridos en los diferentes modelos de comercialización, el análisis transaccional como herramienta de la comercialización.

➤ **Historia Económica de México.**

La economía prehispánica y colonial, las reformas borbónicas, movimiento de Independencia, proyectos de nación y la formación del estado nacional durante el siglo XIX, revolución mexicana, reforma del estado y la nacionalización de la economía, desarrollo estabilizador, desarrollo compartido, auge petrolero y crisis, globalización e internacionalización de la economía, apertura externa y desincorporación de empresas del sector público.

➤ **Negociación y Mercadeo.**

Técnicas de ventas. Organización de ventas, adiestramiento de negociaciones nacionales e internacionales, manejo de la mezcla de mercadotecnia, manejo del marco legal, operaciones de crédito.

➤ **Análisis de Estados Financieros.**

Sistematización, procesamiento y evaluación de la información financiera; disposiciones legales y administrativas. Conceptos y métodos de análisis financiero; interpretación de los estados financieros. Estado de situación financiera: balance general y estado de resultados, resultado del ejercicio, estado de origen y aplicación de recursos. Reportes dictámenes, notas y recomendaciones a los estados financieros.

➤ **Derecho Mercantil II.**

Compraventa, operaciones de bolsa, contrato de comisión y mandato mercantil, contrato de mediación, depósito, operaciones bancarias: pasivas y activas. Instituciones de crédito, contrato de seguro, seguro personal, contrato de transportación comercial, de garantía quiebra y suspensión de pagos, sociedades extranjeras.

➤ **Econometría.**

Modelos económicos, análisis de equilibrio en la economía, modelos lineales, álgebra matricial.

➤ **Investigación de Mercados.**

Proceso de investigación, tipos de investigación de mercados, modelo de investigación, fuentes de información, técnicas para obtener la información, experimentación, trabajo de campo, análisis de información, presentación de resultados, práctica de una investigación de mercado real.

➤ **Comercio Internacional I.**

Conceptos básicos, clásicos, neoclásicos, teorías alternativas, análisis de balanza de pagos y aspectos monetarios del comercio internacional.

➤ **Mercadotecnia I.**

Conceptos fundamentales, administración de la mercadotecnia, sistemas de información, oportunidades de mercado, segmentación de mercados, diseño de productos, fijación de precios, canales de distribución, promoción, marco legal.

➤ **Derecho Fiscal.**

Antecedentes, impuestos, hacienda pública, leyes fiscales, crédito fiscal, interpretación y clasificación de los impuestos.

Procedimientos administrativos de ejecución, ley de ingresos y egresos de la federación, productos, derechos, impuesto al valor agregado, impuesto sobre la renta, franquicias.

➤ **Econometría Aplicada.**

Análisis estático comparativo, problemas de optimización, análisis dinámico, ejercicios concretos indicadores sectoriales, tasa de interés y cpp. Índices bursátiles, inversión.

➤ **Comercio Internacional II.**

Proceso de comercio internacional, determinación de mercados de exportación, impulso a la demanda internacional, formas de penetración al mercado internacional, oferta de productos, embalaje y transporte, seguro, cobro y financiamiento de exportaciones, requisitos administrativos y legales en las comparativas.

➤ **Operaciones Bancarias y Financieras.**

Formas de organización, valores de negocios, mercados financieros, instituciones financieras, mercado de acciones, tasas de interés, costos de capital administración de crédito, financiamiento a corto y mediano plazo, procesos de interés, apalancamiento, operaciones de banca de inversión, arrendamiento; tipos, requerimientos, entre otros.

➤ **Mercadotecnia II.**

Mezcla de mercadotecnia, estrategias de mercadotecnia; enfoque del consumidor, enfoque de la competencia, implementación, desarrollo y control del programa de mercadotecnia. Evaluación del programa de mercadotecnia, mercadotecnia de los servicios, no lucrativas, mercadotecnia negativa y mercadotecnia industrial.

➤ **Administración de Ventas I.**

Fundamentos, funciones, planeación de ventas, relación con distribuidores, gerencia comercial, organización de ventas, agentes de ventas; reclutamiento, selección, remuneración, adiestramiento. Motivación y supervisión.

➤ **Seminario de Problemas Regionales.**

El seminario se articula mediante grupos multi e interdisciplinarios de 15 persona, que se abocan al análisis de problemas concretos seleccionados por su relevancia especial para el estado, la finalidad del seminario es presentar una visión integrada y coherente del problema analizado, en la que se haga una ponderación del efecto de éste en el desarrollo de la región, concluyendo en un trabajo colectivo que contenga la argumentación en que se basan las conclusiones y propuestas.

➤ **Planeación Estratégica.**

Panorama general de la planeación, definición de la misión de la empresa, establecimiento de objetivos y metas, diseño de cartera, estrategias funcionales.

➤ **Desarrollo de Productos.**

Concepción del sistema de producción, localización, demanda, fuentes de abastecimiento, control de líneas de producción, administración de operaciones, productividad, control de calidad.

➤ **Mercadotecnia Internacional.**

Sistema de comercio internacional, ambiente económico, político-legal, cultural, ingreso al mercado internacional, elección, tipo de mercado, decisión para entrar al mercado, decisión sobre programa de mercadotecnia internacional, organización de mercadotecnia.

➤ **Análisis de Mercados.**

Función de investigación, principios, clasificación, experimentación de laboratorio y de campo, análisis estadístico, simulación, estudio y clasificación de los agentes, factores, medio ambiente; jurídico, político, social, tecnológico, mercados regionales, externos.

➤ **Promoción y Publicidad.**

Desarrollo de comunicación, público meta, respuesta buscada, mensajes y medios, atributos, evaluación, retroalimentación, presupuesto de promoción, mezcla promocional, planeación de la comunicación, decisiones de publicidad, objetivos, presupuestos, mensajes, medios, evaluación, promoción de ventas relaciones públicas, publicity, publicidad no pagada.

➤ **Administración de Ventas II.**

Territorio de ventas, principios y métodos, territorio básico, delimitación de agentes, mayoristas, minoristas, control de ventas, agentes distribuidores, costos de mercadeo, clientes individuales, costos por línea y por producto.

➤ **Sistemas de Lógica, Distribución y Transporte**

Funciones del canal de distribución, objetivos y restricciones del canal, identificación, selección y evaluación de los canales de distribución, naturaleza de la distribución física-objetivos, pedidos, almacenamiento, inventarios, transporte: elección, áreas geográficas, tipos.

➤ **Derecho Económico Internacional.**

Leyes de comercio internacional, marco legal para acuerdos y tratados comerciales, procesos legal para las relaciones comerciales internacionales, acuerdos legales internacionales (sanitarios, ecológicos) procedimientos legislativos nacionales ante cambios en el entorno legal internacional, aspectos jurídicos de la transferencia de tecnología, marco legal de integración económica.

➤ **Seminario de Investigación I.**

Definición del tipo de investigación a realizar, estado del conocimiento, identificación y construcción del marco teórico y de referencia. Formulación de hipótesis, construcción de variables.

➤ **Proyectos de Comercio Internacional I.**

Definición de un proyecto de comercio exterior, ejercicio práctico del proyecto,

➤ **Operaciones Financieras Internacionales.**

Tasas de cambio, sistema monetario internacional, administración de activos extranjeros, mercados internacionales de capital, tipos de inversión extranjera, exportación e importación de capitales, sociedades de inversión con activos extranjeros, factoraje, mercado de futuros, mercado de divisas, marco legal.



➤ **Seminario de Investigación II.**

Métodos, técnicas e instrumentos de investigación, procedimientos de trabajo, presentación y publicación de trabajos de investigación. Discusión de trabajos de tesis.

➤ **Proyectos de Comercio Internacional II.**

Proceso de comercio internacional, determinación de mercados de exportación, impulso a la demanda internacional, formas de penetración al mercado internacional, oferta de productos, embalaje y transporte, seguro, cobro y financiamiento de exportaciones, requisitos administrativos y legales en las comparativas.

➤ **Administración de Recursos Humanos.**

Conceptos fundamentales, planeación de recursos humanos, reclutamiento, selección, orientación, adiestramiento y desarrollo, evaluación, separación, marco legal, motivación, liderazgo, organigrama, descripción de puestos.

➤ **Seminario Temático**

Opción formativa de carácter interdisciplinario que permite establecer contacto con investigadores especialistas y profundizar en distintos temas de interés para el ejercicio profesional en la región.

## **Asignaciones de Apoyo**

### ➤ **Ingles Introductorio**

Al finalizar el curso, el alumno habrá adquirido una competencia comunicativa elemental que le permitirá desenvolverse en situaciones sencillas de la vida cotidiana utilizando las habilidades básicas del idioma.

### ➤ **Ingles Básico**

El alumno ejercitara y continuara desarrollando las habilidades propias para el aprendizaje del idioma ingles entendiendopor éstas la escritura, comprensión auditiva, empleo de vocabulario, expresión oral, estructuras gramaticales, entre otras. Los estudiantes aplicaran los conocimientos adquiridos en el aula de acuerdo al nivel básico en situaciones reales tales como vida diaria, trabajo, escuela, vida social, etc.

### ➤ **Ingles Pre-intermedio**

El alumno ejercitara y continuara desarrollando las habilidades propias para el aprendizaje del idioma ingles entendiendopor éstas la escritura, comprensión auditiva, empleo de vocabulario, expresión oral, estructuras gramaticales, entre otras.

### ➤ **Ingles intermedio**

En el nivel intermedio el alumno continúa construyendo sus habilidades sobre las bases de las habilidades comunicativas precisas y fluidas ampliando su dominio gramatical, de vocabulario y funcional.

## 2.7.4 Mapa Curricular

### DIVISIÓN DE CIENCIAS SOCIALES ECONOMICO Y ADMINISTRATIVAS

#### LICENCIATURA EN SISTEMAS COMERCIALES

#### PLAN 1995

#### MAPA CURRICULAR

CICLO 1			
Clave		C	Requisito
AG-108	ESCRITURA Y COMPRENSIÓN DE TEXTOS	6	
AG-109	MATEMÁTICAS	7	
AD-106	INTRODUCCIÓN A LA ECONOMÍA	6	
ACP-105	INTRODUCCIÓN A LA CONTABILIDAD Y ANÁLISIS FINANCIEROS	6	

CICLO 2			
Clave		C	Requisito
ACPSC-113	PSICOLOGÍA EN LAS RELACIONES COMERCIALES	6	
AD-110	HISTORIA Y CULTURA REGIONAL	6	
ACP-102	MATEMÁTICAS I (CÁLCULO Y ECUACIONES)	6	
ACPSC-103	MERCADOTECNIA I	6	
ACP-107	MICROECONOMÍA	6	AD-106

CICLO 3			
Clave		C	Requisito
ACPSC-107	MERCADOTECNIA II	6	ACPSC-103
ACP-104	MATEMÁTICAS II (ESTADÍSTICA DESCRIPTIVA E INFERENCIAL )	6	
AD-111	INTRODUCCIÓN AL ESTUDIO DEL DERECHO	6	
ACPSC-109	ADMINISTRACIÓN DE VENTAS I	6	

CICLO 4			
Clave		C	Requisito
ACPSC-105	NEGOCIACIÓN Y MERCADEO	6	
ACPSC-111	INVESTIGACIÓN DE MERCADOS	6	
ACPSC-108	DESARROLLO DE PRODUCTOS	6	
ACPSC-114	ADMINISTRACIÓN DE VENTAS II	6	ACPSC-109

CICLO 5			
Clave		C	Requisito
ACPSC-116	PROMOCIÓN Y PUBLICIDAD	6	
AG-110	ÉTICA	6	
ACPSC-115	ANÁLISIS DE MERCADO	6	ACPSC-111
ACPSC-112	SISTEMAS Y LOGÍSTICA DE DISTRIBUCIÓN Y TRANSPORTE	6	
ACPSC-117	MERCADOTECNIA INTERNACIONAL	6	
ACPSC-121	ADMINISTRACIÓN DE RECURSOS HUMANOS	6	

CICLO 6			
Clave		C	Requisito
ACP-125	DERECHO MERCANTIL I	6	
ACP-111	MACROECONOMÍA	6	AD-106
ACPSC-102	CONTABILIDAD DE COSTOS	6	ACP-105
ACP-106	MATEMÁTICAS FINANCIERAS	6	
ACP-103	PROCESOS ADMINISTRATIVOS	6	

CICLO 7			
Clave		C	Requisito
AG-111	SEMINARIO DE PROBLEMAS REGIONALES	8	
AD-107	PROBLEMAS SOCIALES CONTEMPORÁNEOS	6	
ACP-113	COMERCIO INTERNACIONAL I	6	
ACP-112	HISTORIA ECONÓMICA DE MÉXICO	6	
ACP-109	ANÁLISIS DE ESTADOS FINANCIEROS	6	ACP-105

CICLO 8			
Clave		C	Requisito
ACP-126	DERECHO MERCANTIL II	6	ACP-125
ACP-110	ECONOMETRÍA	6	ACP-104
ACP-108	HISTORIA ECONÓMICA MUNDIAL	6	
ACP-114	COMERCIO INTERNACIONAL II	6	ACP-113
ACPSC-106	OPERACIONES BANCARIAS Y FINANCIERAS	6	ACP-109

CICLO 9			
Clave		C	Requisito
ACPSC-104	DERECHO FISCAL	6	
ACPSC-127	ECONOMETRÍA APLICADA	6	ACP-110
ACPSC-118	PROYECTO DE COMERCIO INTERNACIONAL I	6	
ACP-115	SEMINARIO DE INVESTIGACIÓN I	8	
ACPSC-124	OPERACIÓN FINANCIERA INTERNACIONAL	6	ACPSC-106

CICLO 10			
Clave		C	Requisito
ACPSC-110	PLANEACIÓN ESTRATÉGICA	6	
ACPSC-125	DERECHO ECONÓMICO INTERNACIONAL	6	
ACPSC-122	PROYECTO DE COMERCIO INTERNACIONAL II	6	ACPSC-118
ACP-116	SEMINARIO DE INVESTIGACIÓN II	8	ACP-115
ACP-127	SEMINARIO TEMÁTICO	8	

## **2.8 Modalidades de Titulación**

El alumno se informa de las opciones de titulación para que determine la modalidad que desea solicitar, las opciones de titulación para el alumno son las siguientes:

### **TITULACIÓN POR PROMEDIO**

Para que el alumno se pueda titular por promedio debe cumplir los siguientes requisitos:

- a) Tener el total de créditos establecidos en el plan de estudios de la carrera que previamente haya cursado.
  - b) Promedio mínimo de 9 (Nueve).
  - c) No haber incurrido en ninguna situación de reprobación numérica.
- Si el alumno cumple con los requisitos previamente señalados deberá:
- d) Solicitar la modalidad y anexar todos los requisitos de titulación.

### **ESTUDIOS DE POS-GRADO**

Para que el alumno se pueda titular por estudios de Pos-grado debe cumplir los siguientes requisitos:

a) Tener el total de créditos establecidos en el plan de estudios de la carrera que previamente haya cursado.

b) Haber aprobado al menos un año de cursos de pos-grado como estudiante de tiempo completo o el 50% de los créditos ó asignaturas de una maestría o doctorado ó su equivalente en un plan de estudios en el extranjero.

Si el alumno cumple con los requisitos previamente señalados deberá:

c) Solicitar la modalidad, anexar original de la constancia que acredite el curso de pos-grado, número de registro respectivo de la universidad o institución ante la Dirección General de Profesiones, la autorización para impartir éstos estudios, copia del certificado profesional y todos los requisitos de titulación.

### **EXAMEN GENERAL PARA EL EGRESO DE LA LICENCIATURA** **(EGEL)**

Para el alumno se pueda titular por examen general debe cumplir los siguientes requisitos:

La titulación por examen general al egresado, permite al alumno obtener el título profesional, mediante un examen de certificación profesional del CENEVAL, que acredita el puntaje y el nivel académico de existencia de acuerdo con los parámetros definidos por el centro.

Una vez acreditado el EGEL, se podrán iniciar los trámites de Titulación.

Una vez que se haya aprobado el examen general el alumno deberá:

a) Deberá solicitar la modalidad elegida, anexar la constancia emitida por el CENEVAL y todos los requisitos de titulación.

## **TRABAJO MONOGRÁFICO**

Esta modalidad le permite al alumno obtener el título profesional, mediante la elaboración de un trabajo documental y original relativo al estudio de un asunto particular, de un tema concreto y determinado y podrá presentarse a través de:

***Memoria de experiencia profesional:*** Es un informe de las actividades profesionales del pasante durante un periodo no menor de dos años y donde aplique los conocimientos de su área de formación.

***Informe pedagógico:*** Consiste en el diseño y elaboración de una propuesta que presente alguna aportación en el campo pedagógico del área de formación del estudiante.

***Descripción etnográfica:*** Es la descripción ordenada de los datos empíricos obtenidos en el trabajo de campo.

***Participación en proyecto de investigación:*** Es un informe final acerca de la participación del estudiante en una investigación realizada dentro del área de formación del estudiante.

***Investigación documental:*** Es la revisión y análisis de bibliografía actualizada dentro de un área específica del conocimiento en el ámbito de formación del estudiante.

Una vez que el alumno determina el tema concreto a desarrollar deberá:

- a) Elaborar el trabajo documental y original relativo al estudio de un asunto en particular.

- b) Entregar 6 ejemplares del trabajo monográfico al Área de Titulación.
- c) Realizar la réplica del trabajo monográfico, en público ante jurado.
- d) Obtener la mayoría de los votos aprobatorios del jurado respecto a la réplica del trabajo monográfico.

## **TESIS**

Esta modalidad le permite al alumno desarrollar un tema en forma documental respecto a la experiencia académica que constituya una contribución al estudio o solución de algún problema relativo al programa educativo de que se trate y a la formación profesional del estudiante. Será válida la existencia de grupos de pasantes para la elaboración de tesis con un máximo de tres integrantes; los casos de excepción deberán ser autorizados por el Consejo Divisional en el que se encuentre adscrito el programa educativo del pasante.

La sustentación del examen profesional será de manera individual y solamente en casos de excepción deberán ser autorizados exámenes colectivos por el Consejo Divisional antes mencionado.

Se deberá presentar la siguiente documentación:

- a) Entregar 8 ejemplares de la tesis al Área de Titulación.
- b) Presentar el examen profesional, exponiendo el tema de la tesis en público y ante el jurado.
- c) Aprobar el examen profesional, obteniendo la mayoría de los votos aprobatorios del jurado.



## **Documentación solicitada para Titularse**

- 6 fotografías tamaño título ovaladas blanco y negro.

Hombres (Traje oscuro, corbata, camisa clara, sin lentes).

Mujeres (Traje oscuro, blusa clara, sin lentes con maquillaje leve).

- 6 fotografías tamaño infantil cuadradas (Con las mismas características)  
(En las fotografías no es necesario tener la cara despejada)

- Acta de nacimiento.
- Certificado de secundaria.
- Certificado de bachillerato.
- Certificado profesional.

## **Constancias de no adeudo**

- De la biblioteca.
- Actividades deportivas y/o actividades culturales.
- Por cuotas o servicios recibidos, (en recursos financieros).
- De equipo de laboratorio, (solamente para las carreras de ingenierías).
- De equipo pata (profesional asociado en turismo alternativo).
- Constancia de acreditación del idioma inglés.
- Constancia de liberación del servicio social.
- Recibo de pago por derechos de titulación.
- C.U.R.P.
- Identificación con fotografía.
- Comprobante de domicilio.

## **Dependiendo de la modalidad elegida**

- 8 ejemplares de tesis.
- 6 ejemplares de trabajo monográfico.
- constancia de acreditación de EGEL.
- constancia de estudios de Pos-grado.

**Importante:** Los documentos deberán ser presentados en 3 tantos: uno de originales en el que se integrarán las fotografías, y los otros dos de copias en tamaño carta.

Todos los documentos deben de:

- Tener firmas originales, no se aceptan firmas por poder, ausencia o facsimil.
- Los certificados de estudios expedidos fuera de la localidad y no estén exentos de legalización, deberán estar debidamente legalizados por el secretario general de gobierno del estado que lo expide.

El Licenciado en Sistemas Comerciales tiene mayor probabilidad de desempeñar sus conocimientos adquiridos en el campo laboral, ya que puede participar en el desarrollo de nuevas iniciativas empresariales, como consultor para empresas tanto publicas como privadas.

# **CAPITULO III**

## **LAS RELACIONES PÚBLICAS DE OFICIALIA MAYOR DE GOBIERNO DEL ESTADO**

### **3.1 CONCEPTO DE LAS RELACIONES PUBLICAS.**

“Son un conjunto de ciencias, actos y técnicas que a través de un proceso de comunicación institucional estratégica y táctica, tiene por objeto mantener, modificar o crear una imagen de personas o instituciones, para obtener una opinión favorable del publico que se relaciona”.(MARSTON,1993, Pag 4)

Las relaciones públicas son cualquier situación, acto o palabra que influya sobre la gente, son un instrumento importante, pues además son una comunicación hábil de ideas a los diversos públicos, estas pueden ser utilizadas para cualquier industria o sector, tiene además la ventaja de personalizar y dirigir los mensajes a cada una de sus audiencias objetivo y con ello lograr una difusión con mayor foco, y por ende mayor eficiencia comunicacional produciendo un resultado deseado. De igual manera crea y mantiene buenas relaciones entre los miembros de la organización haciendo que la compañía sea agradable, misma que se logra a través de un conjunto de medios utilizados por las empresas a fin de crear un clima de confianza en su personal.(MARSTON,1993)

Desde los albores de la humanidad, los hombres han tenido la necesidad de relacionarse entre si para satisfacer determinadas necesidades afectivas, de reconocimiento o de realización. De esta forma se entiende la posibilidad de comunicar y persuadir a personas a grupos de personas para cumplir un objetivo determinado.

Philip Kotler,(1995), escribe que “es la función de management que evalúa las actitudes del público, identifica las políticas o procedimientos de un individuo o de una organización con el interés público y ejecuta un programa de acción para obtener la comprensión y aceptación”(Philip Kotler,1995,p)

### **3.2 VINCULACIÓN CON LA SOCIEDAD**

En las Relaciones Públicas resulta primordial conocer las inclinaciones humanas, como por ejemplo las ideas de una persona acerca de lo agradable o desagradable que, aunque solo sea en la imaginación, crea profundos resentimientos, y por eso al tratar con seres humanos hay que considerarlos en su individualidad y en su conjunto, con sus miedos y sus ideales, tradiciones, razones y sinrazones.

Motivación, personalidad y conducta son aspectos propios de la Psicología que utiliza la Oficialía Mayor que están directamente vinculados con la tarea de las Relaciones Públicas.

El manejo de conceptos tales como roles, status, prestigio, estima, grupo, grupo de pertenencia y de referencia, dinámica grupal, al igual que la metodología de Investigación Social resulta imprescindible en el diseño de cualquier acción de Relaciones Públicas.

### **3.3 PARTICIPACIÓN DE LA PSICOLOGÍA SOCIAL EN LAS RELACIONES PÚBLICAS**

Esta ciencia intenta descubrir la articulación que existe entre el individuo y la sociedad, esto no es tan simple ya que no es posible concebir una sociedad sin personas, ni una persona sin sociedad. A la sociedad también la podemos definir como público ya que los proyectos y programas que se implementan por parte del gobierno van dirigidos a ellos cabe mencionar que público es un término colectivo para designar a un conjunto de personas estrechamente relacionadas entre sí por

los intereses y afinidades que le son comunes y que comparten un sentimiento de solidaridad.

Se pueden determinar tres tipos de públicos:

**1.- Interno:** es aquel en el que existe una relación y una afinidad muy directa con el fin común de la organización. Ej.: los empleados, directivos, los accionistas mayoritarios.

**2.- Externo:** es aquel que no tiene relación directa con la organización. Ej.: las autoridades gubernamentales, entidades económicas, financieras, los competidores.

**3.- Mixto:** este tipo de público ocupa una posición intermedia respecto de las posiciones extremas entre el público Interno y el público Externo. Hay dos tipos de públicos mixtos:

- a) Mixto Semi-interno: en este grupo están los clientes reales, los familiares de los empleados, los proveedores y distribuidores exclusivos.
- b) Mixto Semi-externo: en este grupo se pueden incluir a los clientes ocasionales, sindicatos, bancos en donde operan los accionistas.

### **3.4 LA IMAGEN EN LAS RELACIONES PÚBLICAS**

La imagen es un conjunto de creencias y asociaciones que perciben los distintos públicos a nivel estatal, nacional e internacional con relación a hechos comunicativos directos o indirectos que se relacionan con una persona, en este caso con el ejecutivo del estado y a su vez con el estado y el gobierno en general como institución. Una imagen permanece viva y activa solamente si es estimulada, recordada y comunicada, vigilando su evolución y desarrollo mediante investigaciones permanentes, labor que recae en gran parte en la oficialía mayor del gobierno del estado.

### **3.5 COMPONENTES DE LA IMAGEN:**

Toda imagen se genera a partir de tres componentes: los físicos, los conceptuales y los valorativos. Esto lleva a definir una imagen física y una conceptual que, actuando juntas, general una imagen personal, de producto, de marca, de empresa o institucional.

- a. **Componente Físico:** es lo primero que se percibe. También llamada imagen formal. Tiene que ver con la estética, el envase del producto, el color. Lo mas importante es contar con elementos que garanticen una opción correcta de la imagen de la organización o de las personas.
- b. **Componente Conceptual:** es lo que la empresa quiere transmitir sobre todo lo tangible que es percibido por el consumidor y que define la compra del producto.
- c. **Componente Valorativo:** es el resultado de la articulación entre el Componente Físico y el Componente Conceptual.

### **3.6 FORMACIÓN DE UNA IMAGEN:**

**Imagen Ideal:** es aquella que la organización piensa antes de que llegue a los públicos. Es planificada a través de las publicidades.

**Imagen Projectada:** es aquella que se emite a través de estrategias ya instaladas en la comunidad.

**Imagen Real:** es la que percibe el publico que realmente se relaciona con el producto. Cuando mas se acerca la imagen real a la imagen ideal, es cuando mejor se ha realizado el trabajo del Relacionista Público y se ha logrado el objetivo.

### **3.7 COMUNICACIÓN.**

Los seres humanos pasan gran tiempo de sus vidas comunicándose verbalmente o corporalmente. Por ejemplo la correspondencia (escrita), un saludo (gestual), un llamado telefónico (verbal), una reunión con amigos (grupal).

Aristóteles definió a la comunicación como la búsqueda de todos los medios de persuasión que se tiene al alcance, cuya meta principal es el logro de una respuesta determinada.

Comunicar es afectar al medio. Toda vez que comunicamos tenemos un propósito, y éste puede ser:

- a. **Consumatorio:** se agota en sí mismo. No persigue ulterioridades. No va más allá de lo que está haciendo. Su único objetivo es transmitir una información o mensaje y no espera ningún feed back en particular.
- b. **Instrumental:** la mayor parte de la comunicación es de este tipo. Las personas se valen de este tipo de comunicación para conseguir un propósito.

Cada vez que comunicamos afectamos al medio, y la única manera de no afectar, es no interferir.

Aristóteles sostuvo que en la comunicación existe:

#### **Orador Discurso Auditorio**

#### **Emisor Mensaje Receptor**

El arte de persuadir es obtener la respuesta deseada del auditorio, y esto se puede lograr con dos técnicas:

- a. **Retórica:** lo que se dice. Es el contenido, el nivel de conocimiento, de instrucción que se tiene sobre un tema. Comunicación verbal.
- b. **Elocuencia:** como y de que manera se dice. Tratamientos en la comunicación no verbal, los gestos, imágenes, iconos, intención. Comunicación analógica.

### **3.8 FUNCIONES DE LAS RELACIONES PÚBLICAS**

Relaciones Públicas es operado generalmente por un profesional que puede trabajar en todo tipo de organizaciones: empresas privadas, organismos públicos, asociaciones, etc. En todas ellas mantendrá una estrecha relación con los diferentes departamentos de la empresa, con clientes y medios de comunicación. Eso le proporcionara una visión de conjuntos amplia y global.

Las relaciones públicas profesionales cuentan con ciertos parámetros que operan en todas las esferas de la vida de los negocios:

- Gobierno: nacional, regional, local e internacional.
- Negocios e industria: pequeña, mediana, grande y transnacional
- Asuntos sociales y comunitarios
- Instituciones educativas, universidades, institutos etc.
- Hospitales y atención sanitaria.
- Beneficencia y buenas obras
- Asuntos internacionales

La esencia de las relaciones publicas es la misma tanto si se utiliza en el campo de la política, como en el de los negocios, el comercio, u otras muchas situaciones distintas que tienen.

Partiendo de aquí puedo decir que las relaciones públicas son una función directiva, de carácter continuativo y organizado, por medio de la cual organizaciones e instituciones públicas y privadas, tratan de conquista y mantener la comprensión, la simpatía y el apoyo de aquellos públicos con los que están o deberán estar vinculados, a través de la evaluación de la opinión publica sobre la obra propia, a fin de concordar en todo lo posible las orientaciones y procedimientos propios y obtener por medio de una información amplia y



difundida, una cooperación productiva y una relación mas eficaz de los intereses comunes.

Su labor general consiste en:

- Conocer y clasificar los diversos públicos de la entidad.
- Gestionar la información que se genera en la empresa. Esto puede concretarse en acciones internas, y en acciones externas, como organizar una rueda de prensa etc.
- Planificar y dirigir campañas de comunicación colaborando en su diseño, en la redacción de los mensajes que se quieren transmitir y sugiriendo los canales por los cuales transmitirlos.
- Responsabilizarse de la comunicación en situaciones de crisis que pueda afectar a la imagen de la empresa o dependencia .
- Organizar actos internos y externos: jornadas, seminarios, conferencias, congresos etc.
- Promover relaciones que generen confianza y opiniones positivas dentro y fuera de la organización para conseguir que esta alcance notoriedad y prestigio
- Dirigir campañas de partidos políticos y formar a sus portavoces.
- Gestionar gabinetes de prensa de empresas privadas o de la administración
- Responsabilizarse del protocolo de personalidades
- Organizar y planificar eventos empresariales.
- Organizar y planificar congresos, seminarios y jornadas de capacitación nacionales, regionales e internacionales.
- Diseñar e implementar obsequios empresariales

La necesidad de informar y estar informado en este mundo globalizado, ha llevado a que México y el mundo en general, cuente con organismos que les permitan establecer instrumentos eficientes que generen un contacto con los

medios de comunicación, es decir un relacionista publico, el relacionista publico debe dignificar la posición de los objetivos de tal disciplina. Las relaciones publicas son una especialidad y profesión que exige iniciativa, dinamismo, creatividad, organización y sobre todo responsabilidad de quienes la ejercen, siendo una actividad básica para el desarrollo de cualquier organización publica o privada.

El trabajo del relacionador público es mas que evidente cuando se trata de los aspectos externos de la comunicación. Una comunicación deficiente es un peligro latente, puesto que es a través de ella que se dan a conocer los proyectos y éxitos de un organismo tanto a nivel interno como externo.

Conforme lo ha requerido el desarrollo socioeconómico y político del país se han creado diversas instituciones en cada uno de los estados que responden a las necesidades de la sociedad, como son las entidades paraestatales y empresas de participación estatal, fideicomisos y demás dependencias que coadyuvan en las tareas encomendadas al gobierno federal. Todas estas dependencias han ido incorporando departamentos o direcciones que realizan funciones propias de relaciones públicas aunque son diferentes denominaciones, entre las cuales figuran: prensa, difusión, información, comunicación social, propaganda y relaciones institucionales.

El sector gubernamental no es la excepción. En cuestiones políticas sucede que a medida que nuestro país ha ido creciendo y desarrollándose, las funciones encomendadas al poder ejecutivo han aumentado paralelamente en complejidad e importancia, tanto en el aspecto administrativo como social. Todos los “públicos” con los que la organización tiene relaciones, se forma una imagen u opinión acerca de ella, ahora , en lo que respecta Relaciones Publicas, su objetivo final es la de lograr una imagen positiva, que se acreciente como tal, a fin de que influya en os diversos públicos, ayudando así, a que esta alcance sus objetivos. Muchas organizaciones practican la función de relaciones publicas aun cuando no tengan un programa organizado para ello, de la misma manera que muchos individuos hacen uso de ellas en su vida particular. Podríamos decir que existen 3 formas básicas de establecer la función:

a) Mediante un departamento, división o persona especial dentro de la organización que sirva exclusivamente a ella.

b) Mediante la contratación del servicio de una organización asesora independiente, especialista en relaciones publicas, que sirve a diferentes clientes;

c) Mediante la combinación de las dos formas anteriores. No importa cuál de estas formas se emplee, en todos los casos los encargados de la función de este departamento actúan como especialistas asesores de toda la organización, en virtud de que existen diferentes departamentos o divisiones de la organización cuyas actividades pueden afectar favorablemente o desfavorablemente la imagen de la misma.

La introducción de las relaciones publicas como función de las organizaciones comenzó en algunas empresas privadas a mediados de la década de los cincuenta y algunos años después empezó a extenderse en el sector publico. Nadie ha podido jamás gobernar en este mundo, basándose en normas distintas de la opinión publica.

### **3.9 LAS RELACIONES PÚBLICAS EN EL SECTOR PÚBLICO**

Las relaciones públicas en el sector público nacen con un triple fundamento:

- Informar a la ciudadanía, persuadirla e integrar a unas personas con otras
- De la misma manera buscan conservar y acrecentar la confianza de la población a los actos realizados por el gobierno, contribuir al mejoramiento de la administración para lograr su máxima competencia así como eficacia.
- Difundir de manera oportuna la información necesaria sobre el desempeño de sus actividades.

Podemos decir que las relaciones públicas es un pilar fundamental en el éxito de los proyectos gubernamentales comunicando a la sociedad de manera efectiva las acciones y éxitos de los gobiernos. Con frecuencia los gobiernos desarrollan sus actividades sin identificar realmente cuáles son sus proyectos y

programas de alto impacto. Los éxitos suelen difuminarse en la densidad de la actividad del gobierno por ausencia de un sentido de oportunidad política. En el gobierno, la función de relaciones públicas está orientada especialmente a brindar información al público interno y externo sobre los proyectos y realizaciones sectoriales o sobre las actividades del presidente y sus funcionarios principales.

### **3.10 EL GOBIERNO COMO ÓRGANO IMPOSITIVO**

Dependerá de las características de cada organización para saber con cual o cuales organismos o sectores del gobierno deberá establecer relaciones públicas. Aquellas organizaciones que haya desarrollado un inteligente programa de relaciones publicas con el gobierno, podrá lograr con mayor facilidad ser escuchadas; así mismo tendrán en cuenta sus puntos de vista para la correcta planeación y aplicación de las leyes fiscales.las relaciones con el gobierno considerado como fuente de crédito, tomo mucha importancia dado que se convirtió en la principal fuente de financiamiento para un mayor número de organizaciones, por lo que es importante que cada organización aplique los preceptos de relaciones con las organizaciones financiadoras.

# CAPITULO IV

## LAS RELACIONES PÚBLICAS COMO ESTRATEGIA Y EXPERIENCIA PROFESIONAL

Las relaciones publicas son una función directiva, de carácter continuativo y organizado, por medio de la cual organizaciones e instituciones públicas y privadas, tratan de conquistar y mantener la comprensión, la simpatía, el apoyo de aquellos públicos con los que están o deberán estar, vinculados, a través de la evaluación de la opinión pública sobre la obra propia a fin de concordar en todo lo posible las orientaciones, procedimientos propios y obtener por medio de una información amplia y difundida, una cooperación productiva y una realización más eficaz de los intereses comunes.

Es importante mencionar que también los gobiernos en sus relaciones publicas manejan estrategias de lo que es conocido como Marketing Mix; que es la mezcla de variables controlables por la empresa, que se utiliza para producir el resultado deseado en el mercado objetivo, a través de 4 elementos llamados: producto o servicio, precio, plaza o distribución y la promoción o comunicación. Lo que políticamente o gubernamentalmente utilizan los funcionarios para adquirir ciertos beneficios a través de la ciudadanía.

Podemos resumir que en este caso:

- **PRODUCTO:** Es el funcionario que da los servicios y el servicio es lo que este le proporciona a la población
- **PRECIO:** Se entendería el valor que el ciudadano espera por regalar su voto a cierto candidato,
- **PLAZA:** Los lugares donde los interesados o candidatos se reúnen para darse a conocer
- **PROMOCION:** La forma en que convencen a los ciudadanos para adquirir su preferencia.

Relacionándonos siempre con las relaciones públicas, pero ya más en específico, nos enfocaremos en lo que debería ser realmente las funciones de una dirección de la misma, en los gabinetes de los gobiernos estatales.

La Dirección de Relaciones Públicas en lo que se refiere a la secretaria particular de cada gobierno generalmente funciona principalmente funciona con un directorio especial en donde se manejan los principales funcionarios que forman lo que es el gabinete de cada C. Gobernador de cada estado, así como las instituciones descentralizadas, educativas y personas importantes que auxilian durante su gobierno, lógicamente dentro de este se encuentran los funcionarios de los municipios que tiene cada estado.

#### **4.1 LA ACTITUD BUROCRÁTICA**

Consiste en regirse exclusivamente por normas regidas establecidas por los reglamentos de la institución, con lo que quedan a salvo la seguridad y su responsabilidad personal como jefe. Los hombres de esta clase tienen poco contacto con su gente por lo cual muestran escaso interés. Las comunicaciones son de carácter oficial y con frecuencia por escrito.

La mayoría de las oficinas de comunicación social están consideradas como órganos de apoyo y asesoramiento.

Porque sabemos que en la democracia actual hay distintos grupos de personas que participan en la política que pueden ser interlocutores de gobiernos y/o instituciones públicas para que se logre concretar una comunicación adecuada, buscamos la coordinación efectiva de todo el trabajo de comunicación gubernamental para asegurar mensajes certeros y buen manejo de los recursos.

Para lograr un servicio de calidad hacia la ciudadanía es necesario que toda la administración pública esté involucrada en una misma estrategia de acción, conocer el objetivo del plan de gobierno y el beneficio que este traerá a la sociedad. Una visión en conjunto en todos los temas, lograr que el servidor público

considere su participación como una respuesta eficaz y eficiente frente a las necesidades de la población

El objetivo de las relaciones públicas gubernamentales es el establecimiento de líneas mutuas de comunicación, comprensión, aceptación y cooperación con otros organismos públicos, grupos de interés y colectivos ciudadanos.

Marketing gubernamental desarrolla funciones de relaciones públicas de gobierno así como de otras instituciones públicas con la prensa, relaciones directivas, comunicación interna; también da a conocer campañas de publicidad acerca de servicios útiles para los ciudadanos.

Pero cuando los líderes empiezan a descubrir que esta comunicación eficaz es una ayuda para crear un buen gobierno, se genera un interés creciente en el proceso de comunicación y como este se aplica al liderazgo político en un departamento o dirección de relaciones públicas, el titular de este puesto es el responsable de organizar y dirigir las actividades de relaciones públicas del gobierno estatal, mantener contacto permanente con las dependencias del Poder Ejecutivo Estatal, los medios de comunicación, los sectores sociales y privado; además de apoyar en actividades de carácter social, cultural y deportivo, que permitan alcanzar los objetivos de la dependencia.

#### **4.2. EL GOBIERNO COMO COMPETIDOR**

El gobierno compite con la iniciativa privada en muy diversas ramas de las actividades económicas, a través de las empresas descentralizadas principalmente. Este aspecto competitivo del gobierno vuelve a ponernos de relieve la necesidad de que la iniciativa privada establezca una fluida comunicación con él. Alcázar escribe al respecto lo siguiente:

El hecho de que el estado mexicano desarrolle amplias funciones empresariales ha creado necesariamente una red de relaciones de tipo económico entre él y la iniciativa privada, a la cual corresponde una estrecha relación de tipo

político, es decir, ambos tienen la necesidad de mantener un diálogo permanente en torno de los mayores y más diversos problemas del país.

Conforme lo ha requerido el desarrollo socioeconómico y político del país, se han creado diversas instituciones que responden a las necesidades de la sociedad, como son las entidades paraestatales, empresas de participación estatal, fideicomisos y demás dependencias que coadyuvan en las tareas encomendadas al gobierno federal. Todas estas dependencias han ido incorporando departamentos o direcciones que realizan funciones propias de relaciones públicas aunque son diferentes denominaciones, entre las cuales figuran: prensa, difusión, información, comunicación social, propaganda y relaciones institucionales. Las buenas relaciones públicas se logran con estrategias, técnicas, programas así como planes debidamente estructurados y aplicados adecuadamente.

#### **4.3 FUNCION Y/O ACTIVIDAD**

- Proponer y acordar con el coordinador general, las estrategias para mantener y ejecutar las políticas de Relaciones Públicas del Poder Ejecutivo con sus organismos auxiliares.
- Mantener contacto permanente, en el ámbito de su competencia, con las dependencias, entidades del poder ejecutivo del Estado y los medios de comunicación, así como con los sectores social y privado, para la realización de sus actividades.
- Coordinar y realizar las actividades de relaciones públicas del Gobierno Estatal de acuerdo a los lineamientos del coordinador general, manteniendo una relación armónica con los sectores social y privado.
- Proporcionar el apoyo técnico para la realización de eventos especiales, giras, entrevistas o conferencias, coordinando la colaboración que faciliten las organizaciones sociales y privadas.



- Apoyar, en la esfera de su competencia, las actividades sociales, culturales y deportivas.
- Integrar el directorio de servidores públicos y autoridades del gobierno estatal, así como el de los medios de comunicación en el estado.
- Promover las sanas relaciones con los representantes de los medios de comunicación locales, nacionales y extranjeros.
- Mantener actualizado el catalogo de locaciones y servicios por región y municipio, con información que den a conocer con que tipo de facilidades cuentan, con el objeto de difundirlo ampliamente entre productores cinematográficos y realizadores visuales.
- Editar y actualizar, en coordinación con las dependencias respectivas, la guía de trámites y permisos oficiales que deben obtenerse para las filmaciones.
- Realizar las actividades necesarias para brindar atención a visitantes distinguidos que les sean encomendados
- Representar al coordinador en reuniones de trabajo y en eventos o actos públicos o privados relacionados con el quehacer comunicacional, cuando así le sea solicitado
- Gestionar cartas de felicitación de la secretaria particular del gobernador para medios de comunicación y representantes de los mismos con motivo de aniversarios, cumpleaños o en su caso por circunstancias especiales.
- Coadyuvar a la unidad administrativa en los programas de comunicación interna de la dependencia.
- Las demás que le confiera el reglamento interior, y todas aquellas que permitan alcanzar los objetivos de la dependencia.

#### **4.4 RELACIONES CON LA PRENSA**

La prensa periódica es el medio más representativo de los antiguos. Las repercusiones políticas que se le atribuyen llevaron en algún momento a acuñar la expresión “cuarto poder”, para referirse a su capacidad de incidir en la opinión pública y en última instancia, en las sociedades democráticas, sobre los votantes. Darle importancia a la prensa, no significa que consideremos a esta el medio más importante, la razón que considero, es que con este medio existen más posibilidades de que mayor número de organizaciones, sobre todo medianas y grandes empresas, tengan contacto; por otro lado, la apreciación de que la mayoría de las consideraciones expuestas para las relaciones con los medios impresos, tienen aplicación para los restantes instrumentos masivos de comunicación, en virtud de que todos son, finalmente, medios informativos moldeadores de la opinión pública.

Desde el punto de las relaciones públicas, la prensa presenta un doble aspecto; constituye un importante medio de relaciones públicas y al mismo tiempo un público más de la organización.

Las buenas relaciones que se establezcan con la prensa deben iniciarse considerando a la misma como un público y no primordialmente como un instrumento.

Las funciones de las relaciones públicas en el gobierno alcanzarán buen éxito en la medida en que el profesional en relaciones públicas haga conciencia entre los altos niveles de la importancia de su labor frente a la actividad pública. También es indispensable persuadir a las instituciones en su conjunto de que las funciones de relaciones públicas sean aceptadas; así se obtendrá la buena voluntad y la participación de todo el personal de las organizaciones. Es importante llevar a cabo diferentes funciones dentro de las relaciones públicas para que puedan ser consideradas una herramienta efectiva para el posicionamiento de los diferentes organismos gubernamentales. Dentro de las funciones que comentamos se encuentran:

- a) Investigación.- define las características generales de la política de la dependencia, determina los públicos que la constituyen, detectan a los líderes, analiza archivos de prensa, analiza la opinión, tendencias y actitudes de los públicos y analiza archivos de correspondencia.
- b) planificación.- elabora planes y programas en función de los objetivos predeterminados, presenta dichos planes así como programas a los directivos de la dependencia sometiéndolos a aprobación, selecciona al personal que debe ejecutarlos elaborando presupuestos y metas.
- c) Ejecución .- pone en aplicación todo lo previsto en los planes y programas, organiza campañas institucionales por cine, radio, televisión y prensa, elabora boletines de prensa, organiza conferencias de prensa, elabora las publicaciones internas de la dependencia, conduce la publicidad institucional, dicta conferencias especializadas, dirige mesas redondas, organiza actos culturales, seminarios al igual que congresos, sostiene entrevistas y contactos telefónicos, utilizando todos los medios modernos de comunicación, detecta los actos de la dependencia que pueden afectar al público, recibe quejas y sugerencias dándoles seguimiento y solución, procura la simplificación de los servicios al público y ordena archivos de prensa, fotografías y otros documentos, redacta discursos y mensajes.
- d)Evaluación .- controla los resultados de las acciones ejecutadas e introduce los reajustes pertinentes.
- e) Asesoramiento.- determina políticas de relaciones humanas, sugiere actitudes para el trato al público, sugiere políticas de relaciones, sugiere políticas publicitarias y de mercadotecnia.

#### **4.5 EXPERIENCIA PROFESIONAL PERSONAL**

En los tres años que tengo laborando para la oficialía mayor específicamente en los eventos del ejecutivo cabe mencionar que todos los conocimientos obtenidos durante el estudio de la licenciatura en sistemas comerciales son de gran apoyo, ya que de manera indirecta se aplican los conocimientos obtenidos en clase sobre todo las enfocadas en mercadotecnia y publicidad, lo mas complicado es mantener la imagen de una persona y en este caso, cabe mencionar que la imagen que perciba la sociedad en general ya sea local , nacional e internacional es determinante para el futuro del estado en materia económica, política y social y por ello que las relaciones publicas son un factor importante que cuidar y desarrollar en este ambiente político.

Estoy satisfecha de haber estudiado la Especialidad en Sistemas por que es una carrera que a mi me gusta y una especialidad con la cual adquirí amplio conocimiento en diversas materias y esto me ha permitido destacarme laboralmente y relacionarme con personalidades muy importantes en nuestro estado.

Gracias a la Universidad de Quintana Roo por ser una Universidad Joven, que se empeña en brindar herramientas necesaria para nuestra formación académica y como personas, y gracias a eso en cualquier lugar que nos encontremos somos necesarios e indispensables.

Para concluir en mi desarrollo laboral y mi formación personal e intelectual quiero mencionar que la Universidad me dio experiencia y seguridad para realizar la toma de decisiones.

## **4.6 APLICACIÓN DEL PLAN DE ESTUDIOS DE LA LICENCIATURA DE SISTEMAS COMERCIALES CON MI DESEMPEÑO LABORAL**

En el tiempo que estuve como estudiante de la carrera en la Licenciatura en Sistemas Comerciales, obtuve los conocimientos y experiencias necesarias para prestar mis servicios en instituciones gubernamentales o privadas, otorgándome un amplio panorama para mi formación y superación personal. Las asignaturas que más influencia tienen en mi desempeño profesional son las siguientes:

### ➤ **ESCRITURA Y COMPRENSIÓN DE TEXTOS**

La lectura y la escritura son actividades interdependientes, prácticas complementarias y recíprocas, escribir es ejercitar con especial rigor y esmero el arte de la lectura. Para escribir es necesario haber leído antes en una proporción mayor, haber interpretado los textos y encontrado en éstos los argumentos suficientes para ser tenidos en cuenta en el momento de iniciar el proceso de escritura. Los textos son leídos e interpretados dependiendo de la disposición anímica, la edad, las áreas de interés, las experiencias de vida y las lecturas anteriores.

Es necesario tener este conocimiento básico y que son actividades independientes, ya que nos enseña a orientarnos hacia un proceso auténtico y autónomo del desarrollo en forma correcta de escritura, comprensión para la aplicación de nuestras interpretaciones al momento que realizar documentos oficiales (memorándums, oficios, documentos electrónicos, etc.) en el desarrollo laboral.

## ➤ PSICOLOGÍA DE LAS RELACIONES COMERCIALES.

La asignatura pretende introducir al estudiante en el conocimiento de Psicología de la venta: análisis de la interacción cliente-vendedor que están en parte influenciados por las habilidades sociales en general. Asimismo, pretende adentrarlo en la utilización técnica de estrategias psicológicas y de solución de problemas en ventas.

Esta asignatura me ha ayudado para tener un conocimiento mas amplio del comportamiento de las personas ya que las relaciones comerciales son muy similares a las relaciones publicas y me atrevería a decir que las publicas son mas complejas ya que se trata de relaciones personales que al final en mi ámbito laboral lo que se quiere conseguir es vender una imagen.

## ÉTICA

Etimológicamente, la palabra ética viene del griego ETHOS, que significa costumbre, con lo que se puede inferir que esta estudia la costumbre y los hábitos dando ciertos principios; muchos autores la catalogan como la ciencia de los actos humanos ya que esta más cercana a la orientación en los actos u obras, otros la llaman ciencia de la voluntad en orden a su fin y algunos creen también que puede ser denominada como la ciencia de los principios constituidos de la vida moral. Todos estos preceptos nos llevan a la misma conclusión, que la ética estudia el desarrollo de la libre voluntad del hombre sin perjudicar al prójimo, es decir, que esta va encaminada hacia la realización del hombre, como persona.

La ética profesional tiene como objeto crear conciencia de responsabilidad, en todos y cada uno de los que ejercen una profesión u oficio, esta, parte del postulado de que todo valor esta íntimamente relacionado con la idea de un bien.

Ya que en esta asignatura nos da una profunda reflexión significativa para nuestro desarrollo de los valores como ser humano, sin lugar a dudar es primordial para salva guardar la información de forma confidencial en el medio político o de

relaciones publicas es indispensable contar con ética profesional ya que en mi caso trabajo para el ejecutivo del estado y por ende con políticos de los cuales se desprende mucha información confidencial y es por ello que la ética es un elemento primordial.

➤ SISTEMAS Y LOGÍSTICA DE DISTRIBUCIÓN Y TRANSPORTE

La **logística** (en inglés *logistics*, en francés *logistique* y *loger*), es definida por la RAE (Real Academia Española), como el *conjunto de medios y métodos necesarios para llevar a cabo la organización de una empresa, o de un servicio, especialmente de distribución.*

En las funciones que desempeño es indispensable conocer la logística que se requiere para cada evento del ejecutivo del estado ya que de ella depende muchas veces el éxito del mismo; es un trabajo que se tiene que realizar con días de anticipación y que nos permite conocer de lo que se carece para darle prioridad y que el evento sea todo un éxito.

➤ ADMINISTRACIÓN DE RECURSOS HUMANOS

La Administración de Recursos Humanos consiste en la planeación, organización, desarrollo y coordinación, así como también control de técnicas, capaces de promover el desempeño eficiente del personal, a la vez que la organización representa el medio que permite a las personas que colaboran en ella alcanzar los objetivos individuales relacionados directa o indirectamente con el trabajo.

Esta materia me ayudo a conocer los diferentes tipos de recursos humanos con lo que puede contar una empresa y sobre todo técnicas para lograr que estos hagan lo que se requiere para alcanzar los objetivos de la empresa o en mi caso de los eventos asignados.

## ➤ SEMINARIO DE PROBLEMAS REGIONALES

Esta asignatura tiene la finalidad de que el estudiante adquiera la habilidad para analizar los problemas concretos del estado con el objeto de presentar una visión integrada y coherente del mismo, en la que se haga una ponderación del efecto de este en el desarrollo de la región; lo cual me ha servido para comprender las necesidades específicas de nuestra zona y de esta manera saber y conocer de la región ya que en las giras del gobernador los eventos son muy diferentes a como se realizan en la ciudad a una comunidad, pues las costumbres, cultura, etnia, idioma, por mencionar algunas características que definen a los habitantes que habitan cada una de las zonas en las cuales se realizan los eventos del ejecutivo, deben ser consideradas para atender a cada grupo que este presente en los mismos, y que la comunicación fluya de manera clara atendiendo a cada grupo social.

## ➤ PLANEACIÓN ESTRATEGICA

La planeación o planificación estratégica es el proceso a través del cual se declara la visión y la misión de la empresa, se analiza la situación externa y externa de ésta, se establecen los objetivos generales, y se formulan las estrategias y planes estratégicos necesarios para alcanzar dichos objetivos.

La planeación estratégica se realiza a nivel de la organización, es decir, considera un enfoque global de la empresa, por lo que se basa en objetivos y estrategias generales, así como en planes estratégicos, que afectan una gran variedad de actividades, pero que parecen simples y genéricos. La Planeación Estratégica es necesaria para poder llevar un evento de calidad, planeando de manera minuciosa y precisa todos y cada uno de los detalles que lo conforman.



# **CAPITULO V**

## **CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES**

### **5.1 CONCLUSIONES**

No cabe duda que las relaciones públicas gobiernan el mundo moderno. Cualquier nueva actividad, sea cual fuere, comienza con un cato de relaciones publicas, en las diversas formas, utilizando los mas variados recursos. El relacionador publico lleva sus hombros el precio de graves deberes y de hondas responsabilidades, pues de el depende la imagen que se formara la opinión publica de la empresa o en este caso del gobernante.

Sabemos que para comunicarse en forma eficaz es necesario que un mensaje sea interpretado por el receptor de la forma prevista por quien emite, por eso no debemos olvidar que comunicar bien es sinónimo de relacionarse bien. Si pensamos que una relación se crea desde un punto de vista de la percepción y desde otro punto de vista que es el lenguaje podríamos decir aventuradamente que quien no se comunica no se relaciona.

La importancia de las relaciones públicas reside en que ellas ayudan a entender a la sociedad de la cual todos formamos parte a conocer y valorar los puntos de vista de los otros a ejecutar la labor de dirección en condiciones variadas que nos afectan a todos, a estimar los esfuerzos de los semejantes, a persuadir y a sugerir procederes.

Las relaciones públicas es un trabajo difícil; es entre otras cosas la creación de estrategias que apoyen a las empresas a generar confianza en la opinión pública.

Recordemos que la comunicación en la organización incluye a las personas y sus actitudes, sentimientos relaciones y habilidades. Las organizaciones que

deseen incrementar su productividad dependen de sus empleados para conseguirlo. Mientras los empleados se interrelacionen con sus iguales, sus subordinados o sus superiores, amplían sus conocimientos de los antecedentes, experiencias, actitudes y conducta de las otras personas.

En una sociedad democrática, la dirección se apoya en la habilidad de servir con eficiencia, para desarrollarse un programa sistemático en intereses del bienestar público.

La ciencia de la comunicación es la base de todas las actividades de las relaciones públicas. Para obtener resultados adecuados, los especialistas de relaciones públicas han de tener presente la importancia de las comunicaciones; consiste en poner adecuado ropaje a las palabras y distintas formas de comunicación que pueda comprenderse claramente y ser inequívocos. Las malas relaciones internas no pueden originar buenas relaciones externas. Las buenas relaciones públicas implican una política de puerta abierta. Las relaciones públicas tienen la misión de velar para que no existan talones de acero ni políticas de puertas cerradas.

En pocas palabras podemos concluir que las relaciones públicas gubernamentales, es un factor importante y trascendental para el buen manejo de la administración pública y sobre todo para entablar relaciones humanas de excelencia con un solo propósito alcanzar los objetivos propuestos por el propio gobierno. Es por ello que son una sana tarea y motivación para llegar a buenos términos y por que no decirlo términos saludables en la búsqueda de objetivos comunes, con la aplicación de estrategias congruentes que conlleve al objetivo a alcanzar y esto solo podrá ser con la correcta participación de todos los actores comprometidos en la búsqueda de un fin común las relaciones públicas de oficialía mayor; éxito en los eventos del ejecutivo.

## **5.2 RECOMENDACIONES**

En la actualidad cualquiera se lanza a la aventura del manejo de las relaciones públicas, es por esto que propongo a las empresas e instituciones gubernamentales solicitar siempre a los posibles impostores una carpeta con los trabajos que han realizado, cartas autenticas de recomendación, documentos que certifiquen su experiencia en el ramo.

El relacionista público debe ser ingenioso y tener siempre un plan B debajo de la manga, aparte de tener los suficientes contactos dentro de los diferentes medios, escritos y televisivos. Esa será la función específica de un buen relacionista. En conclusión las relaciones públicas son las mejores aliadas de todos, ya que permiten acercar y posicionar la imagen y el nombre ya sea de una persona o empresa, muchas veces basta con contar con una buena relación para alcanzar nuestro objetivo.

## REFERENCIAS

- 1.-Alonso Manuel, E (1997) “ Relaciones públicas”.
- 2.-Álvaro J. (1996)- Psicología Social Aplicada. México: Mc Graw Hill
- 3.- Alles, M (1991) “Dirección de recursos humanos estratégicos”. Editorial Granica
- 4.- Bengolea, Rodríguez (1996) Administración de Recursos Humanos” Editorial Macchi
- 5.-Buendía J.- (1991) Organización de Reuniones. México: Trillas
- 6.-Carey T. (2001) Manual para planear Convenciones y conferencias. México: Panorama
- 7.-Eulalio, F. (1994) El lenguaje de la publicidad. México: Fondo de cultura económica
- 8.-Fraser P. (2002).- Teoría y práctica de las relaciones Públicas. España: Pearson
- 9.-Gao Yuan.- Haz que el tigre baje de las montañas. México: Diana
- 10.-<http://www.uqroo.mx/htm/iuni.htm>
- 11.-<http://www.uqroo.mx/fundacion/>
- 12.-<http://www http://om.qroo.gob.mx/>

- 13.- [uqroo.mx/carreras/pdf/plan\\_sistcomer20072.pdf](http://uqroo.mx/carreras/pdf/plan_sistcomer20072.pdf)
- 14.- <http://www.uqroo.mx/3d/verchetumal.htm>
- 15.- <http://om.qroo.gob.mx/ReglamentoInterno.php>
- 16.- <http://vlex.com.mx/vid/oficialia-gobierno-quintana-roo-ref-72827833>
- 17.- <http://om.qroo.gob.mx/Generales/Atribuciones.php>
- 18.- <http://om.qroo.gob.mx/Generales/Antecedentes.php>
- 19.- <http://om.qroo.gob.mx/Direcciones/AtribucionesDGA.php>
20. <http://om.qroo.gob.mx/transparencia/SIWQROO.php?Pagina=DetallesDoc>
- 21.- Marston, E (1993). “Relaciones publicas Modernas” editorial. McGraw-Hill
- 22.- Rios S (1996) “Relaciones Publicas: su administración en las organizaciones” Editorial Trillas.
- 23.- Sallenave, J P (2000) “Gerencia y Planeación”. Editorial Norma S.A. México.
- 24.- Thompson-Strickland.(2004) “Administración Estratégica” Editorial McGraw Hill. México
- 25.- Wilcox (2006) “relaciones publicas estrategias y practica” editorial Pearson