

**UNIVERSIDAD AUTONOMA**

**METROPOLITANA**

CSH- ADMINISTRACION - LIC

**SEMINARIO DE INVESTIGACION III**

PLAN DE MERCADEO  
PARA LA CREACION  
DE NUEVOS POSGRADOS EN  
ADMINISTRACION

ALUMNO: RETANA FLORES JULIAN  
PROF: HECTOR GODINES J.

21, OCTUBRE, 1994.

# **CONTENIDO**

I. SUPOSICIONES

II. OBJETIVOS

III. ANALISIS DEL AMBIENTE

\* OPORTUNIDADES

\* PROBLEMAS

(ANEXO I.)

PLAN DE MERCADEO

I. OBJETIVOS

II. ESTRATEGIAS DE MERCADEO

III. ESTRATEGIAS SOBRE EL PRODUCTO

1. ESTRATEGIAS DE COBERTURA

2. DISEÑO DEL POSGRADO

3. MERCADO META

4. ASIGNACION DE PRECIO Y MARGENES DE BENEFICIO

IV. PLAN DE DISTRIBUCION

V. PLAN DE PUBLICIDAD

1. OBJETIVOS

2. MEDIOS PUBLICITARIOS

VI. PLAN FINANCIERO Y DE VENTAS

1. OBJETIVOS DE VENTA

2. OBJETIVOS FINANCIEROS

(ANEXO II.)

## **I. SUPOSICIONES**

De la población en México.

1.- Se estima que el crecimiento de la población en México, para los próximos 5 años, será entre 100.2 y 131.7 millones de habitantes. (CUADRO NO. 1)

De la oferta y demanda de Educación Superior y de Posgrado.

1.- La matrícula total de educación Superior, pasó de 271,275 alumnos en 1970 a 1 256,942 en 1989.

2.- La distribución de la matrícula de Licenciatura por área de conocimiento muestra una concentración de casi 50% en el área de ciencias sociales y administrativas y menos de 3% en las ciencias básicas y en las humanidades.

3.- La participación de la mujer en la matrícula de Licenciatura se incrementa en la misma proporción en que disminuye la matrícula masculina en todo el país. (CUADRO No. 2)

4.- El incremento nacional de la matrícula en las ciencias sociales y ministrativas de 1980 a 1989 es del 10%; mientras que la matrícula femenina, para el mismo período, se incrementa también en un 10%. (GRAFICAS 1 Y 2).

5.- El programa para modernización educativa contempla extender la oferta de educación superior universitaria de acuerdo con una distribución equilibrada de la matrícula de las propias instituciones educativas y bajo las siguientes pautas:

- a) Universidades con más de 30 mil alumnos deberán regionalizar crecimiento.
- b) Universidades con matrícula entre 10 mil y 30 mil alumnos deberán establecer políticas de crecimiento moderado.
- c) Universidades con matrícula menor a 10 mil alumnos deben planear su crecimiento para alcanzar un crecimiento adecuado.

6.- El sistema universitario público en 1987, 67% de la investigación se concentraba en la UNAM, 10% en la Universidad Autónoma Metropolitana y 23% en las Universidades de los Estados.

7.- En cuanto a la educación de posgrado, ésta mostró una expansión en los últimos ocho años (1982 - 1990) del 7.2% anual, pero la población atendida representa únicamente 3.3% de la educación superior.

8.- La matrícula de maestría se incrementó 61% en ese período; en cambio, la correspondiente al doctorado disminuyó.

**9.-** Existen marcadas preferencias disciplinarias. Las áreas de sociales y administrativas y de salud, atienden 67% de la matrícula de los programas de especialización, 45% de la maestría y 57% del doctorado.

**10.-** Geográficamente la matrícula está concentrada:

50% se localiza en el Distrito Federal

32% en cinco Estados y el

18% restante en otros 23 Estados.

## **II. OBJETIVOS**

A corto plazo.

**1.-** La creación de nuevos posgrados en el área de sociales y administrativas de la Unidad Iztapalapa de la Universidad Autónoma Metropolitana.

A largo plazo.

**1.-** Crecimiento equilibrado de posgrados de alta calidad al interior de la Universidad Metropolitana Iztapalapa.

**2.-** Reducir el costo de las políticas públicas de altas inversiones para los nuevos posgrados.

**3.-** Vinculación de los nuevos posgrados en Administración con las áreas de investigación resueltas a responder a la problemática del sector productivo.

## **III. ANALISIS DEL AMBIENTE**

Oportunidades.

**1.-** El aumento de la matrícula universitaria en todo el país, pone de manifiesto una marcada preferencia de la población estudiantil por las carreras administrativas y sociales.

En la Unidad de Iztapalapa de la UAM, el tamaño de la matrícula en Ciencias Sociales (CSH) es de 4 850 alumnos; para un total de 10 923 alumnos de Licenciatura. (GRAFICA No. 3)

De las Transformaciones de la Globalización.

1.- En el marco del acuerdo trilateral de Libre Comercio, diversas instituciones educativas están llevando a cabo la revisión de los planes y programas de estudio de distintas carreras profesionales.

2.- Esta revisión obedece a criterios normativos de las negociaciones del TLC, en donde se establecen los requisitos mínimos que deberán cumplir las universidades e instituciones con el fin de certificar la formación y las habilidades de profesionistas competentes ante los servicios profesionales que provengan del extranjero.

3.- Otro criterio normativo es la acreditación que es un proceso a través del cual se evaluarán las instituciones de educación superior y programas. En tanto que la certificación se refiere al reconocimiento que otorgan asociaciones no gubernamentales a la persona que provenga de un programa o institución acreditada.

4.- La licenciatura, después de la firma del TLC, es el proceso por el cual una agencia de gobierno otorga permiso a personas que hayan alcanzado las calificaciones predeterminadas para emplearse.

2.- El primer ingreso en el trimestre 94 - Primavera (94 - P), contiene 1390 alumnos matriculados de la siguiente manera:

| CIENCIAS SOCIALES<br>Y HUMANIDADES |                   | CIENCIAS BASICAS<br>E INGENIERIA |                   | CIENCIAS BIOLÓGICAS<br>Y DE LA SALUD |                   |
|------------------------------------|-------------------|----------------------------------|-------------------|--------------------------------------|-------------------|
| Administración                     | 127               | Matemáticas                      | 56                | Biología                             | 61                |
| Antropología social                | 48                | Computación                      | 96                | Hidrobiología                        | 20                |
| Letras Hipamic.                    | 34                | Física                           | 22                | Biol. Exp.                           | 23                |
| Economía                           | 68                | Química                          | 12                | Ing. Bioq. Industrial                | 100               |
| Sociología                         | 61                | Ing. Electrónica                 | 91                | Ing. en Alimentos                    | 123               |
| Historia                           | 45                | Ing. Biomédica                   | 77                | Producción Animal                    | 17                |
| Linguística                        | 20                | Ing. en Energía                  | 51                |                                      |                   |
| Filosofía                          | 37                | Ing. Química                     | 50                |                                      |                   |
| Ciencia Política                   | 62                | Ing. Hidrológica                 | 13                |                                      |                   |
| Psic. Social                       | 76                |                                  |                   |                                      |                   |
| <b>TOTAL</b>                       | <b><u>578</u></b> | <b>TOTAL</b>                     | <b><u>468</u></b> | <b>TOTAL</b>                         | <b><u>344</u></b> |

**GRAN TOTAL 1390**

3.- La carrera con la matrícula más grande, corresponde a la Licenciatura en Administración seguida de la carrera de Ingeniería de los Alimentos.

La concentración de éstas disciplinas, abre la posibilidad en el diseño de posgrados multidisciplinarios.

4.- La estructura actual del posgrado en Iztapalapa es la siguiente:

#### UNIDAD IZTAPALAPA

| División                        | Posgrado                            | Trimestre                  | Publicación Convocatoria                              | Distribución y Registro de Solicitudes                 | Inicio de Clases |
|---------------------------------|-------------------------------------|----------------------------|---|--|------------------|
| Ciencias Básicas e Ingeniería   | Maestría en Física                  | 94-P                       | 10 y 24 abril<br>8 mayo                               | 11 abril - 13 mayo 1994                                | 25 julio 1994    |
|                                 |                                     | 94-O                       | 31 julio<br>14 Y 28 agosto                            | 8 agosto - 9 sep. 1994                                 | 24 oct. 1994     |
|                                 |                                     | 95-I                       | 30 octubre<br>13 y 27 nov.                            | 7 nov. - 9 dic. 1994                                   | 6 feb. 1995      |
|                                 | Maestría en Química                 | 94-O                       | 31 julio<br>14 y 28 agosto                            | 8 agosto - 9 sep. 1994                                 | 24 oct. 1994     |
|                                 |                                     | 95-I                       | 30 octubre<br>13 y 27 nov.                            | 7 nov. - 9 dic. 1994                                   | 6 feb. 1995      |
|                                 | Maestría en Matemá.                 | 94-P                       | 10 y 24 abril<br>8 mayo                               | 11 abril - 13 mayo 1994                                | 25 julio 1994    |
|                                 |                                     | 94-O                       | 31 julio<br>14 y 28 agosto                            | 8 agosto - 9 sep. 1994                                 | 24 oct. 1994     |
|                                 |                                     | 95-I                       | 30 octubre<br>13 y 27 nov.                            | 7 nov. - 9 dic. 1994                                   | 6 feb. 1995      |
|                                 | Maestría en Ing. Química            | 94-O                       | 10 y 24 abril<br>8 mayo<br>31 julio<br>14 y 28 agosto | 11 abril - 13 mayo 1994<br>y<br>8 agosto - 2 sep. 1994 | 24 oct. 1994     |
|                                 |                                     | 94-O                       | 31 julio<br>14 y 28 agosto                            | 8 agosto - 9 sep. 1994                                 | 24 oct. 1994     |
|                                 | Doctorado en Ciencias               | 94-P                       | 10 y 24 abril<br>8 de mayo                            | 18 abril - 2 mayo 1994                                 | 25 julio 1994    |
|                                 |                                     | 94-O                       | 31 julio<br>14 agosto                                 | 8 - 22 agosto  | 24 oct. 1994     |
| 95-I                            |                                     | 30 octubre<br>13 y 27 nov. | 7 - 21 noviembre                                      | 6 feb. 1995  |                  |
| Ciencias Sociales y Humanidades | Maestría en Historia                | 95-I                       | 10 y 24 abril<br>8 mayo<br>31 julio<br>14 y 28 agosto | 11 abril - 13 mayo 1994<br>y<br>8 agosto - 9 sep. 1994 | 6 feb. 1995      |
|                                 | Maestría en Filosofía de la Ciencia | 95-I                       | 31 julio<br>14 y 28 agosto                            | 8 agosto - 9 sep. 1994                                 | 6 feb. 1995      |

|                                   |  |      |  |   |              |
|-----------------------------------|--|------|--|---|--------------|
|                                   | Maestría en Sociología del Trabajo             | 95-I | 31 julio<br>14 y 28 agosto<br>30 octubre<br>13 y 27 nov. | 8 agosto - 9 sep. 1994<br>y<br>7 nov. - 9 dic. 1994 | 6 feb. 1995  |
|                                   | Espec. Mtría Doctorado en Antropología         | 94-O | 31 julio<br>14 y 28 agosto                               | 8 agosto - 9 sep. 1994                              | 24 oct. 1994 |
|                                   | Doctorado en Ciencias Económicas               | 95-I | 30 octubre<br>13 y 27 nov.                               | 7 nov. - 9 dic. 1994                                | 6 feb. 1995  |
| Ciencias Biológicas y de la Salud | Maestría en Biología Experimental              | 95-I | 30 octubre<br>13 y 27 nov.                               | 7 nov. 9 dic. 1994                                  | 6 feb. 1995  |
|                                   | Maestría en Biología de la Reproducción Animal | 95-I | 30 octubre<br>13 y 27 nov.<br>31 julio<br>14 y 28 agosto | 7 nov. - 9 dic. 1994<br><br>8 agosto - 9 nov. 1994  | 6 feb. 1995  |
|                                   | Especialidad en Biotecnología                  | 94-P | 10 y 24 abril<br>8 de mayo                               | 11 abril - 13 mayo 1994                             |              |
|                                   |  | 94-O | 13 julio<br>14 y 28 agosto                               | 8 agosto - 9 sep. 1994                              |              |
|                                   |  | 95-I | 30 octubre<br>13 y 27 nov.                               | 7 nov. - 9 dic 1994                                 |              |

### Problemas.

- 1.- Existe un desequilibrio entre el tamaño de la matrícula en administración y la ausencia de posgrados en la misma área.
- 2.- Esta carencia se convierte en una debilidad potencial frente al crecimiento futuro de otras universidades.
- 3.- La creación de nuevos posgrados en Administración será congruente con los objetivos del programa para la modernización educativa en sentido del tamaño de la institución, áreas prioritarias del desarrollo nacional y el exceso de especialización en este nivel educativo que debe evitarse.
- 4.- El posgrado requiere personal especializado, instalaciones, equipo, intercambio, evaluación, documentación e información de difícil acopio. Al traducirse en proyectos, estos generalmente no maduran en corto tiempo y necesitan apoyos institucionales y financieros sostenidos.
- 5.- Escasa vinculación del posgrado nacional con el sector productivo del país.
- 6.- Los niveles salariales comparativos dan origen a una alta rotación del personal y a emigración en busca de mejores condiciones de desarrollo personal en este nivel educativo.





# **ANEXO I.**

TABLAS, GRAFICAS Y CUADROS

# CUADRO 1.

## ESTADOS UNIDOS MEXICANOS POBLACION SEGUN DIFERENTES TASAS DE CRECIMIENTO DEMOGRAFICO (1970 - 2000)

| CONSTANTE |                      | PROGRAMATICA            |                      | ALTERNATIVAS I          |                      | ALTERNATIVAS II         |                      |                         |
|-----------|----------------------|-------------------------|----------------------|-------------------------|----------------------|-------------------------|----------------------|-------------------------|
| Año       | Población (en miles) | Tasa de crecimiento (%) | Población (en miles) | Tasa de crecimiento (%) | Población (en miles) | Tasa de crecimiento (%) | Población (en miles) | Tasa de crecimiento (%) |
| 1970      | 50,694.6             | 3.5                     |                      |                         |                      |                         |                      |                         |
| 1975      | 59,826.3             | 3.3                     |                      |                         |                      |                         |                      |                         |
| 1976      | 61,800.6             | 3.2                     |                      |                         |                      |                         |                      |                         |
| 1977      | 63,821.5             | 3.2                     | 63,821.5             | 3.2                     |                      |                         |                      |                         |
| 1978      | 65,863.8             | 3.2                     | 65,843.6             | 3.0                     |                      |                         |                      |                         |
| 1979      | 67,971.4             | 3.2                     | 67,899.0             | 2.9                     |                      |                         |                      |                         |
| 1980      | 70,146.5             | 3.2                     | 69,902.0             | 2.7                     |                      |                         |                      |                         |
| 1981      | 72,891.2             | 3.2                     | 71,852.2             | 2.6                     |                      |                         |                      |                         |
| 1982      | 74,707.7             | 3.2                     | 73,749.1             | 2.5                     |                      |                         |                      |                         |
| 1985      | 82,111.6             | 3.2                     | 79,241.6             | 2.2                     | 79,264.8             | 2.3                     | 79,357.8             | 2.4                     |
| 1990      | 96,117.6             | 3.2                     | 87,488.7             | 1.7                     | 88,203.1             | 2.0                     | 88,852.6             | 2.2                     |
| 1995      | 112,512.7            | 3.2                     | 94,463.7             | 1.3                     | 96,527.9             | 1.6                     | 98,736.8             | 2.1                     |
| 2000      | 131,704.3            | 3.2                     | 100,249.1            | 1.0                     | 104,397.3            | 1.5                     | 109,184.5            | 2.0                     |

Fuente: comunidad Conacyt. Enero 1980, Año V, Núm. 109.

## CUADRO 2.

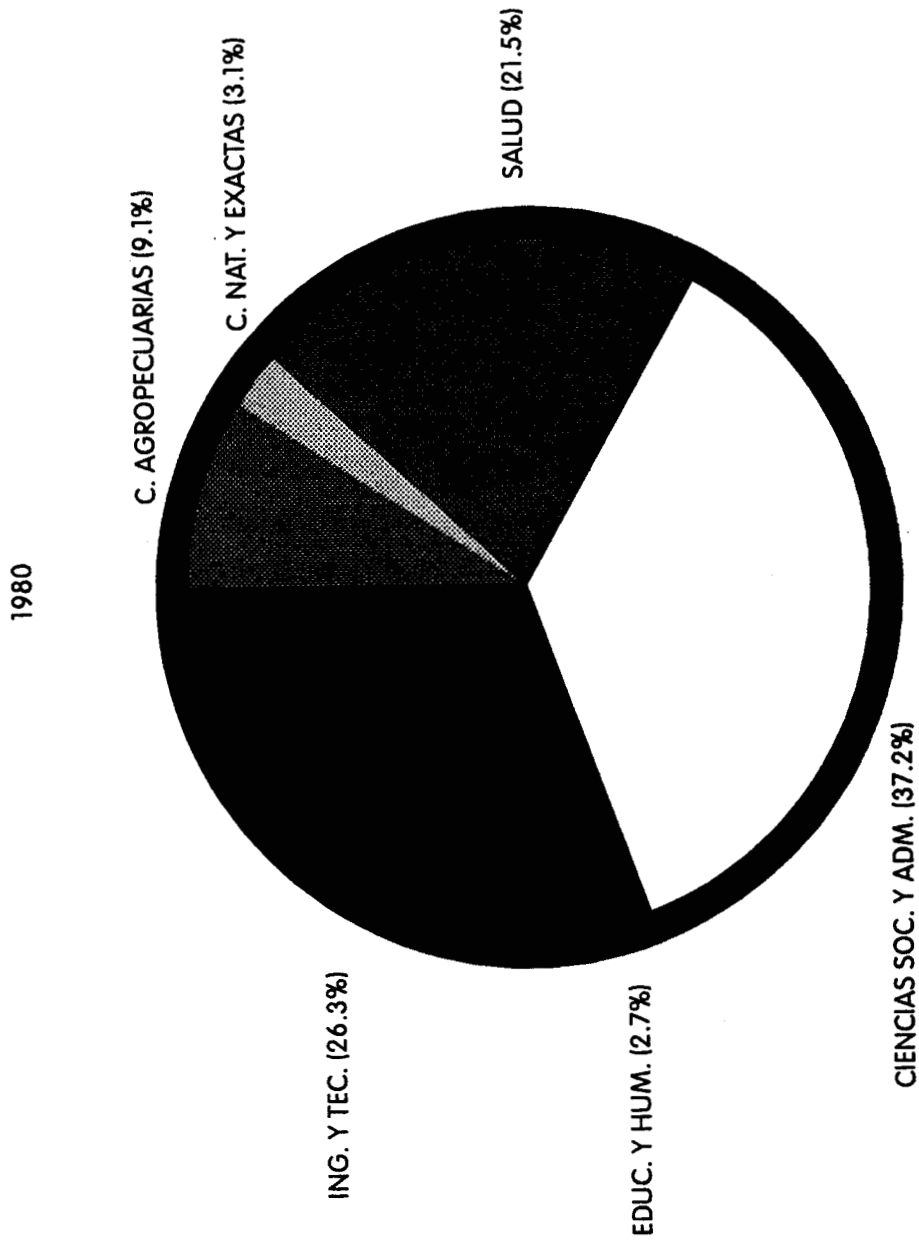
### PROPORCION POR SEXO DE LA MATRICULA (Licenciatura) 1980 - 1989

| ENTIDAD            | 1980   |        | 1989   |        |
|--------------------|--------|--------|--------|--------|
|                    | HOMBRE | MUJER  | HOMBRE | MUJER  |
| AGUASCALIENTES     | 69.90% | 30.10% | 57.82% | 42.18% |
| BAJA CALIFORNIA    | 67.79% | 32.21% | 56.30% | 43.70% |
| BAJA CALIFORNIA S. | 77.70% | 22.30% | 63.98% | 36.02% |
| CAMPECHE           | 69.06% | 30.94% | 61.32% | 38.68% |
| COAHUILA           | 71.51% | 28.49% | 62.40% | 37.60% |
| COLIMA             | 73.17% | 26.83% | 69.79% | 39.21% |
| CHIAPAS            | 78.04% | 21.96% | 66.57% | 33.43% |
| CHIHUAHUA          | 71.40% | 28.60% | 60.81% | 39.19% |
| DISTRITO FEDERAL   | 69.78% | 30.22% | 58.70% | 41.30% |
| DURANGO            | 72.36% | 27.64% | 60.52% | 39.48% |
| GUANAJUATO         | 71.81% | 28.19% | 60.73% | 39.27% |
| GUERRERO           | 81.84% | 18.16% | 61.86% | 38.14% |
| HIDALGO            | 69.39% | 30.61% | 61.10% | 38.90% |
| JALISCO            | 71.11% | 28.89% | 63.86% | 36.14% |
| ESTADO DE MEXICO   | 68.44% | 31.56% | 62.23% | 37.67% |
| MICHOACAN          | 72.28% | 27.72% | 62.12% | 37.88% |
| MORELOS            | 69.99% | 30.01% | 55.88% | 44.21% |
| NAYARIT            | 73.13% | 26.87% | 56.09% | 43.91% |
| NUEVO LEON         | 70.39% | 29.61% | 61.90% | 38.10% |
| OAXACA             | 71.48% | 28.52% | 63.57% | 36.43% |
| PUEBLA             | 65.13% | 34.87% | 58.94% | 41.06% |
| QUERETARO          | 72.15% | 27.85% | 62.56% | 37.44% |
| QUINTANA ROO       | 87.44% | 12.56% | 68.68% | 31.32% |
| SAN LUIS POTOSI    | 67.40% | 32.60% | 55.74% | 44.26% |
| SINALOA            | 74.86% | 25.14% | 60.40% | 39.60% |
| SONORA             | 72.48% | 27.52% | 58.30% | 41.70% |
| TABASCO            | 76.39% | 23.61% | 68.06% | 31.94% |
| TAMAULIPAS         | 67.50% | 32.50% | 58.93% | 41.07% |
| TLAXCALA           | 62.03% | 37.97% | 58.66% | 41.34% |
| VERACRUZ           | 67.89% | 32.11% | 66.41% | 33.59% |
| YUCATAN            | 72.77% | 27.23% | 65.03% | 34.97% |
| ZACATECAS          | 73.94% | 26.06% | 62.25% | 37.75% |
| TOTAL NACIONAL     | 70.20% | 29.80% | 60.91% | 39.09% |

Fuente: Anuarios ANUIES 1980 Y 1989.

# GRAFICA 1.

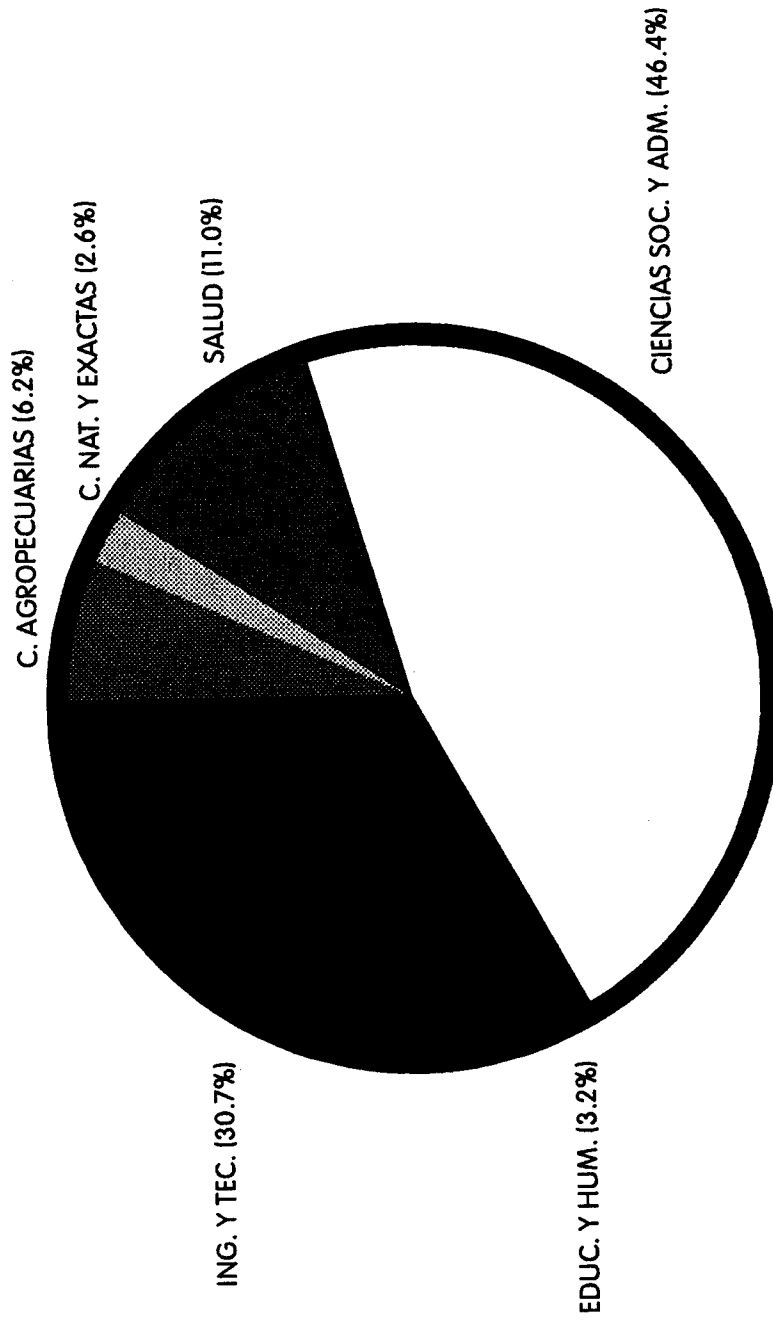
DISTRIBUCION DE LA MATRICULA POR AREA DE CONOCIMIENTO



# GRAFICA 2.

DISTRIBUCION DE LA MATRICULA POR AREA DE CONOCIMIENTO

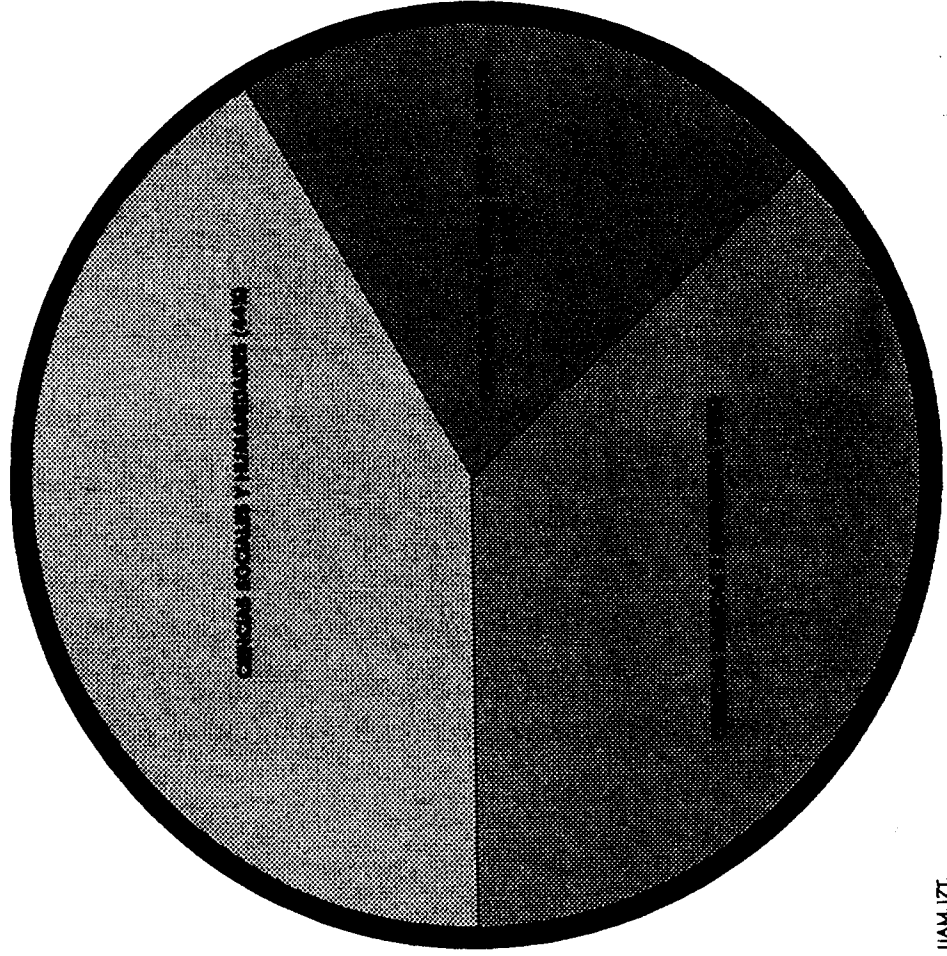
1989



# GRAFICA 3.

DISTRIBUCION DE LA MATRICULA POR AREA DE CONOCIMIENTO  
UAM IZTAPALAPA

1994

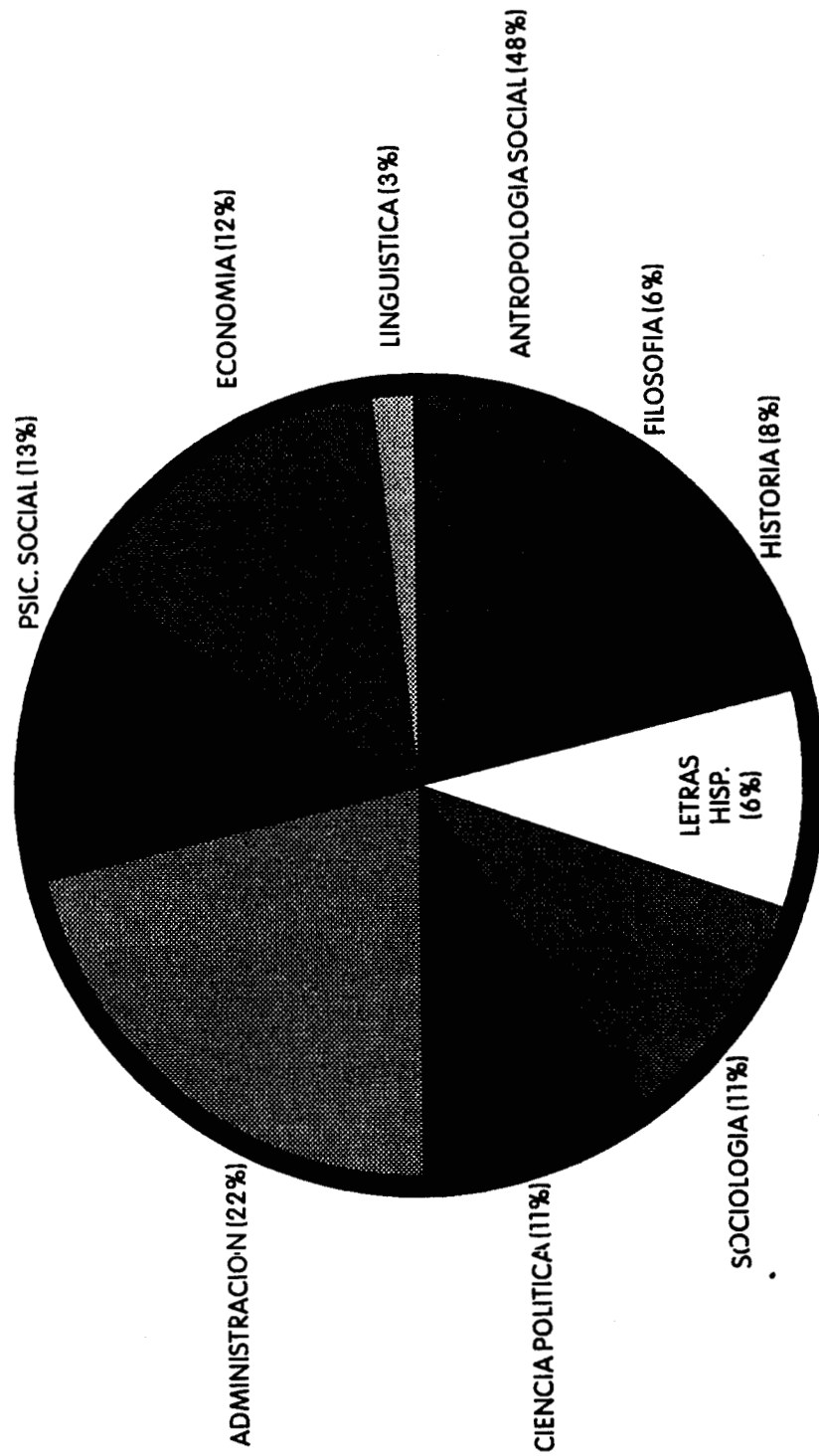


# GRAFICA 4.

## PRIMER INGRESO POR AREA DE CONOCIMIENTO CSH

1994

TOTAL: 578 ALUMNOS

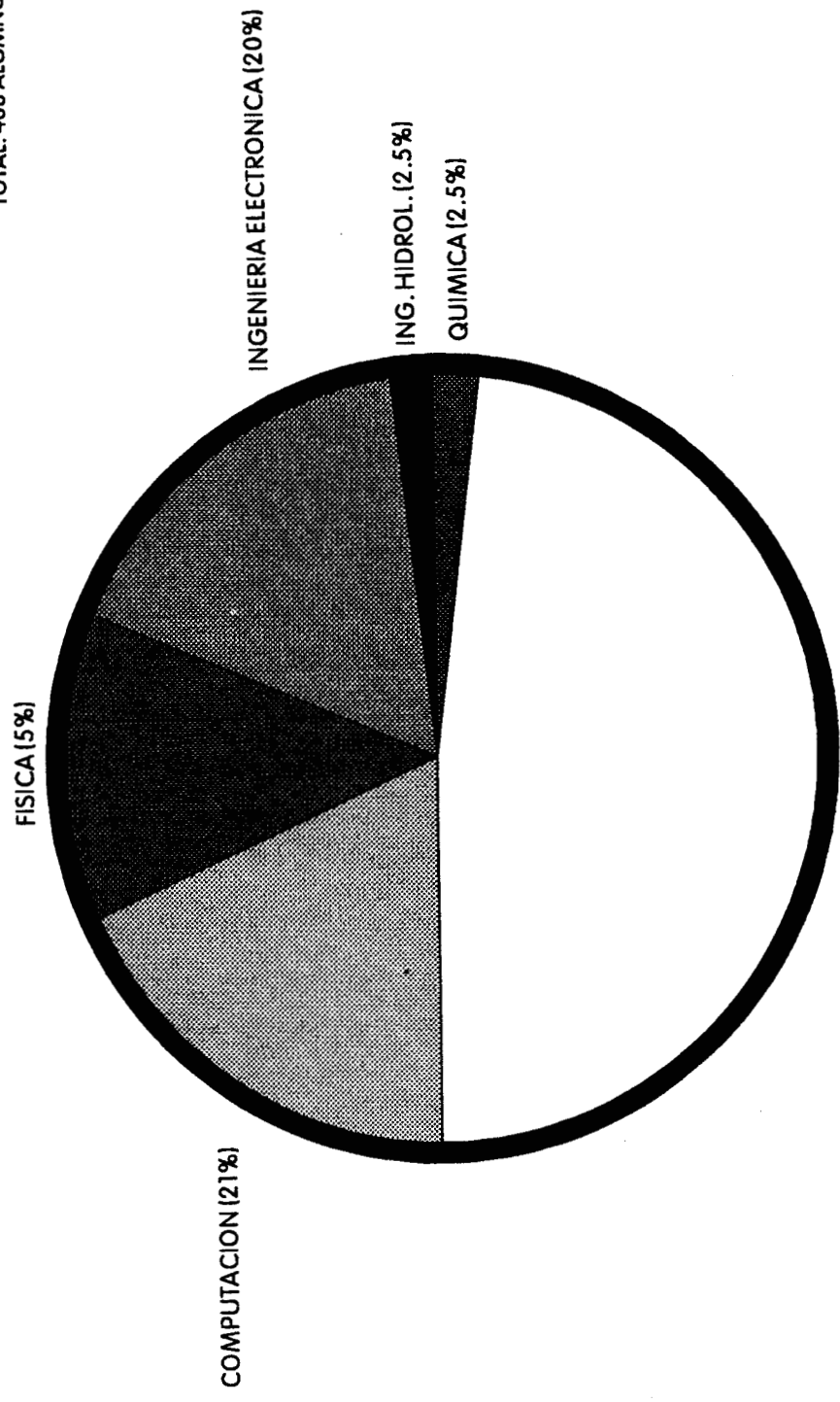


# GRAFICA 5.

PRIMER INGRESO POR AREA DE CONOCIMIENTO  
CBI

1994

TOTAL: 468 ALUMNOS



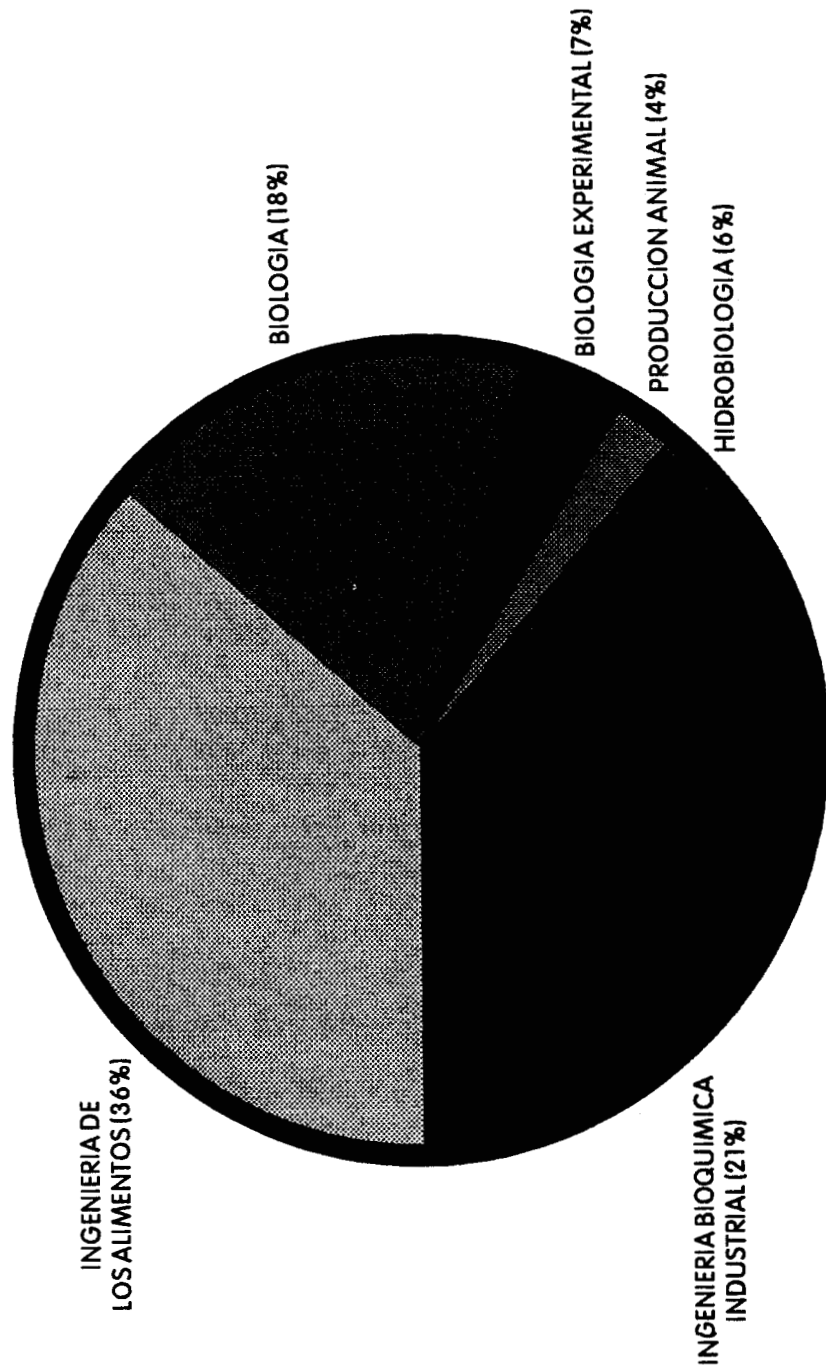


# GRAFICA 6.

PRIMER INGRESO POR AREA DE CONOCIMIENTO  
CBS

1994

TOTAL: 344 ALUMNOS





# **PLAN DE MERCADEO**

## **I. OBJETIVOS**

- 1.- Posicionar el nuevo posgrado de administración en la Unidad Iztapalapa de la Universidad Metropolitana, dentro de la oferta de posgrados, como un nuevo modelo educativo para el año 2000.
- 2.- Identificar las áreas de la función administrativa con mayor interés entre los alumnos de las tres divisiones, los investigadores de esta disciplina y el sector productivo.
- 3.- Equilibrio en la distribución del posgrado al interior de la universidad.
- 4.- Incrementar la matrícula del posgrado entre 1 y 2% anual.

## **II. ESTRATEGIAS DE MERCADEO**

- 1.- Determinar las preferencias de los estudiantes de la licenciatura en administración, através de una muestra representativa, por las siguientes áreas de conocimiento. (ANEXO II. Tabla 1.)
- 2.- Determinar el lugar que ocupan los posgrados de otras universidades, en la opinión de los estudiantes locales en lo que respecta a las áreas de su preferencia.
- 3.- Diseñar el contenido de los nuevos planes y programas de posgrado en administración.
- 4.- Diferenciación de los nuevos posgrados de los que se están ofreciendo en la actualidad como posgrados integrales o multidisciplinarios.

Con base en los supuestos de que:

- (1) Técnicamente es factible crear un posgrado afín a la Licenciatura en Administración y a la Ingeniería de los Alimentos.
- (2) Económicamente es factible, utilizando la infraestructura actual y su planta docente.
- (3) Debido al tamaño de ambas carreras, existe un número suficiente de estudiantes que optarían por un posgrado multidisciplinario.

5.- Lanzamiento de dos maestrías en administración y una integral.

### III. ESTRATEGIAS SOBRE EL PRODUCTO

#### 1. Estrategia de Cobertura de Mercado.

##### a) Especialización del producto.

El objetivo de la estrategia de especialización de producto es el de ofrecer el posgrado en administración a todos los grupos de estudiantes en sus tres divisiones.

| AREA \ DIVISION   | <b>CBI</b> | <b>CSH</b> | <b>CBS</b> |
|-------------------|------------|------------|------------|
| C. AGROPECUARIAS  |            |            |            |
| C. NAT. Y EXACTAS |            |            |            |
| SALUD             |            |            |            |
| EDUC. Y HUMANID.  |            |            |            |
| SOC. Y ADVAS.     |            |            |            |
| ING. Y TECN.      |            |            |            |

Interdisciplinariedad de los posgrados en Administración una vez alcanzado el mercado meta.

b) Articular la investigación del posgrado con las necesidades del sector productivo y las expectativas de los aspirantes al posgrado.

c) Establecer mecanismos de concertación entre la universidad, el sector productivo y el gobierno, con el fin de aportar financiamiento a la investigación del

posgrado, a través de becas/investigación dirigidas por profesores de alto nivel académico.

d) Continuar con el actual financiamiento educativo.

## 2. Diseño del posgrado.

a) La planta docente del posgrado deberá estar integrada por profesores de tiempo completo y de la más alta calidad académica.

b) Actualización de los programas de maestría, especialización y doctorado, incorporando el contexto de la creciente participación de la mujer en medio laboral y educativo.

c) Evaluación de los aspirantes en relación al perfil académico de ingreso y la continuidad de una investigación específica.

d) Impacto social del posgrado a través del perfil académico de egreso y de los rendimientos de la investigación misma.

## 3. Mercado Meta

A través de la segmentación de mercado del posgrado es posible definir el objetivo del mercado: Los alumnos de Ciencias Sociales y Humanidades dentro y fuera de la Universidad con un ingreso familiar de N\$ 5,000.00 a 10,000.00 que vivan al sur del Distrito Federal.

| AREA \ DIVISION   | <b>CBI</b> | <b>CSH</b> | <b>CBS</b> |
|-------------------|------------|------------|------------|
| C. AGROPECUARIAS  |            |            |            |
| C. NAT. Y EXACTAS |            |            |            |
| SALUD             |            |            |            |
| EDUC. Y HUMANID.  |            |            |            |
| ING. Y TECN.      |            |            |            |
| C. SOC. Y ADVAS.  |            |            |            |

**INGRESO FAMILIAR DEL ASPIRANTE**

|                 | <b>MEJOS DE<br/>NS5,000.00</b> | <b>NS 5,000.00<br/>NS10,000.00</b> | <b>NS10,000.00<br/>NS25,000.00</b> | <b>MAS DE<br/>NS25,000.00</b> |
|-----------------|--------------------------------|------------------------------------|------------------------------------|-------------------------------|
| <b>SUR</b>      |                                |                                    |                                    |                               |
| <b>ORIENTE</b>  |                                |                                    |                                    |                               |
| <b>PONIENTE</b> |                                |                                    |                                    |                               |
| <b>NORTE</b>    |                                |                                    |                                    |                               |

**4. Asignación de precio y márgenes de Beneficio.**

El objetivo que se establece para la fijación de precios de los posgrados en administración y de los posgrados integrales, son con base en cuotas promedio estimadas.

a) Precio estimado para el posgrado en administración con base en tasa de crecimiento anual del 1.5%

| <b>Trimestre</b> | <b>Anualidad</b> |               | <b>Inscripción Trimestral</b> |               | <b>Valor por crédito</b> |              |
|------------------|------------------|---------------|-------------------------------|---------------|--------------------------|--------------|
|                  | <b>Mex.</b>      | <b>Ext.</b>   | <b>Mex.</b>                   | <b>Ext.</b>   | <b>Mex.</b>              | <b>Ext.</b>  |
| <b>94 - I</b>    | <b>92.99</b>     | <b>464.97</b> | <b>92.99</b>                  | <b>464.97</b> | <b>15.49</b>             | <b>77.49</b> |

| <b>Posgrado</b>     | <b>Duración</b>     | <b>Créditos en promedio a cursar en cada trimestre</b> | <b>Mínimo de créditos por plan de estudios</b> |
|---------------------|---------------------|--|--|
| <i>especialidad</i> | <i>3 trimestres</i> | <i>26</i>  | <i>80</i>                                      |
| <i>maestría</i>     | <i>6 trimestres</i> | <i>26</i>  | <i>160</i>                                     |
| <i>doctorado</i>    | <i>9 trimestres</i> | <i>40</i>  | <i>360</i>                                     |

b) Precio estimado para la maestría en administración multidisciplinaria o integral, con base en la tasa del 2% al concluir las dos maestrías en administración.

| <i>Posgrado</i>     | <i>Duración</i>     | <i>Créditos en promedio a cursar en cada trimestre</i> | <i>Mínimo de créditos por plan de estudios</i> |
|---------------------|---------------------|--|--|
| <i>especialidad</i> | <i>3 trimestres</i> | <i>26</i>  | <i>80</i>                                      |
| <i>maestría</i>     | <i>6 trimestres</i> | <i>26</i>  | <i>160</i>                                     |
| <i>doctorado</i>    | <i>9 trimestres</i> | <i>40</i>  | <i>360</i>                                     |

## **Cuotas Estimadas**

| <i>Trimestre</i> | <i>Anualidad</i> |               | <i>Inscripción Trimestral</i> |               | <i>Valor por crédito</i> |              |
|------------------|------------------|---------------|-------------------------------|---------------|--------------------------|--------------|
|                  | <i>Mex.</i>      | <i>Ext.</i>   | <i>Mex.</i>                   | <i>Ext.</i>   | <i>Mex.</i>              | <i>Ext.</i>  |
| <i>94 - I</i>    | <i>97.64</i>     | <i>488.22</i> | <i>97.64</i>                  | <i>488.22</i> | <i>16.26</i>             | <i>81.36</i> |

**c) Margenes de Beneficio.\***

Precio de Venta:

|                          |                  |
|--------------------------|------------------|
| Costos fijos totales     | 1,174.15         |
| Costos variables totales | <u>10,567.41</u> |
| Costos totales           | 11,741.56        |

Número de posgrados 3

|                     |           |
|---------------------|-----------|
| Costo del Posgrado  | 11,624.15 |
| Beneficio           | 51%       |
| Precio del Posgrado | 23,483.14 |

**Margenes de Beneficio.**

|                     |           |
|---------------------|-----------|
| Precio del Posgrado | 23,483.14 |
| Menos Beneficio     | 51%       |
| Precio al Aspirante | 11,624.15 |

|                  |           |      |
|------------------|-----------|------|
| Ventas Netas     | 23,483.14 | 100% |
| Costo de Ventas  | 11,624.15 | 49%  |
| Margen Beneficio | 11,858.99 | 51%  |

\*Estimados con base a a un prorrateo entre los 3 posgrados y sus posibles modalidades. (esp. maest. doctorado)

#### **IV. PLAN DE DISTRIBUCION**

1. El edificio L y L1 tiene capacidad suficiente para programar horarios y salones en sus instalaciones para los posgrados en Administración.



## 2. Ejecución del plan de distribución.

a) Programar la utilización de profesores y salones de clase en el edificio de posgrado con tres grupos de Maestría, dos de Administración y uno Integral.

| <b>Maestría</b>                              | <b>Materias</b>  | <b>Horas por semana</b> |
|--|--|-------------------------|
| Finanzas                                     | Sistema Financiero Mexicano                            | 2                       |
|  | Finanzas Bursátiles                                    | 3                       |
|  | Finanzas de la Empresa                                 | 2                       |
|  | Mercado de Valores                                     | 3                       |
|  | Matemáticas Financieras                                | 2                       |
|  | Seminario de Inv. Financiera                           | 5                       |
| Alta Dirección Empresarial                   | Capital Humano y Desarrollo Organizacional             | 3                       |
|  | Puestos, Salarios y Productividad                      | 3                       |
| Administración de la Tecnología en Alimentos | Estrategias Competitivas para Alimentos.               | 3                       |
|  | Tecnología de Alimentos                                | 3                       |
|  | Producción e Investigación de Operaciones en Alimentos | 3                       |

El ejemplo anterior es un modelo hipotético de la programación de los nuevos posgrados, ya que aún no han sido creados; se requería además una lista de los profesores del posgrado y de las materias que impartirán. Una vez que se tiene esta información, se procedería a programar los horarios de los grupos en los salones correspondientes, por materia de estudio.

b) Organización de los procedimientos de la impartición de los posgrados, a través de una coordinación de maestría en administración.

## **V. PLAN DE PUBLICIDAD**

### **1. OBJETIVOS**

- a) Posicionar los posgrados integrales como una novedad educativa de integración tecnocientífica y humanística, para diferenciarlos de la oferta existente.
- b) Difusión bajo el concepto de modernos equipos, instalaciones y materiales de consulta.
  - i) Acceso a redes internacionales de información.
  - ii) Equipo de cómputo con más de 400 computadoras.
- c) Orientación de la investigación de los nuevos posgrados a las áreas del desarrollo nacional prioritarias.

### **2. MEDIOS PUBLICITARIOS**

#### **OBJETIVO**

Cobertura del mayor número de aspirantes al posgrado, tanto locales como de otras universidades.

A) Anuncios Publicitarios en Revistas y Periódicos. (Nexos, Proceso, Línea Universitaria, Vuelta, Excélsior, Universal, Tiempo Libre, etc.)

B) Anuncios Publicitarios en Radio

C) Anuncios Publicitarios en Carteles

D) Anuncios Publicitarios en publicaciones internas. (Gacetas, folletos, programas, gráficos, trípticos, etc.)

#### **EJECUCION DE MEDIOS**

- a) Revistas externas. La publicidad se visualizará en página completa.
- b) Revistas internas. Proporcionar información referente a requisitos de admisión, objetivos del posgrado, horarios y contenido temático.

c) Medios electrónicos. Mensajes cortos repetidos con frases de cortesía y haciendo referencia la alta calidad de los equipos, instalaciones y profesores del posgrado; así como también al prestigio de la universidad.

#### ASIGNACION DE COSTOS DE PUBLICIDAD

|                     | Costo anual | Costo Porcentual (en miles) |
|---------------------|-------------|-----------------------------|
| Medios Gráficos     | 21,890      | 12%                         |
| Medios Electrónicos | 154,000     | 84%                         |
| Revistas Externas   | 8,160       | 4%                          |
| Revistas Internas   | 0           | 0%                          |
|                     | <hr/>       | <hr/>                       |
| TOTAL               | 184,050     | 100%                        |

## VI. PLAN FINANCIERO Y DE VENTAS

### 1. OBJETIVOS DE VENTA

**A)** Con la palicicación del plan de mercadeo la participación del mercado será del 1.5% mayor que la actual, y para el segundo año del 2% anual.

El mercado meta inicial para los posgrados en administracion es de 4 850 posibles aspirantes; y, para el segundo año, será de 10 923 en total, que es cuando se alcanzará la especialización del producto mediante la maestría integral en administración.

**B)** En el segundo año habrán de cumplirse los objetivos de mercadeo en un 50%. Al lanzar la maestría integral en administración se cumplirán en un 100%

**C)** El mercado potencial del posgrado en administración disminuirá al término del 4º año, y deberá resegmentarse nuevamente el mercado.

## 2. OBJETIVOS FINANCIEROS

- a) El margen de beneficio esperado en el segundo año es del 51% con el nivel de precios actual incrementado en un 1.5% del término del cuarto año, el beneficio esperado será del 55% en relación a un incremento de la cuota vigente en un 2% para la maestría integral.
- b) Las ventas netas, per cápita, al finalizar el segundo año serán de N\$ 23,483.00 por alumno. Mientras que al finalizar el cuarto año, se tendrán N\$ 23,600.00 por alumno en el posgrado integral.
- c) El total de ventas netas estimado para los tres posgrados al término del 4º año serán de N\$ 70,566.00 por alumno matriculado por cada una de las tres maestrías en administración.
- d) Determinar el valor presente de monto al término del cuarto año.
- e) El margen de beneficio del 51% corresponde a un mercado meta determinado. Podría ampliarse al reglamentar nuevamente el mercado.

### PLAN FINANCIERO Y DE VENTAS

(EN MILES)

|                                 | <b>AÑO 2</b> | <b>AÑO 4</b> |
|---------------------------------|--------------|--------------|
| Mercado Total (Posgrados)       | 686 927      | 1 042 545    |
| Participación                   | 1.5%         | 2.0%         |
| Publicidad                      | 184.0        | 552.0        |
| Total de Publicidad             | 736.0        |              |
| Margen de Beneficios            | 11 858.99    |              |
| Margen de Beneficios Acumulados | 12 096.16    | 1 067 309.1  |
| Margen de Beneficio             | 51%          | 55%          |

## GANANCIAS ESTIMADAS PARA LOS CUATRO PRIMEROS AÑOS

### GANANCIAS PARA EL SEGUNDO AÑO

|                  |                              |               |
|------------------|------------------------------|---------------|
| Ventas estimadas | (N\$ 11,624.15) (60 alumnos) | N\$ 21,330.00 |
| Costo de ventas  |                              |               |
| Costos variables | N\$ 1,174.15                 |               |
| Costos fijos     | <u>N\$10,567.41</u>          |               |
| Utilidad neta    | N\$11,858.15                 |               |

### GANANCIAS PARA EL CUARTO AÑO

|                  |                              |               |
|------------------|------------------------------|---------------|
| Ventas estimadas | (N\$ 11,629.96) (90 alumnos) | N\$ 38,255.00 |
| Costo de ventas  |                              |               |
| Costos variables | N\$ 526.39                   |               |
| Costos fijos     | <u>N\$13,737.63</u>          |               |
| Utilidad neta    | N\$15,264.02                 |               |

## **ANEXO II.**

TABLAS, GRAFICAS Y CUADROS

# CUADRO 1.

## ADMINISTRACION GENERAL

- 1) ACTUALIZACION DE LA TEORIA ADMINISTRATIVA.
- 2) ADMINISTRACION GENERAL.
- 3) TEORIA DE LA ORGANIZACION.
- 4) CONTROL DE GESTION.
- 5) PLANEACION ESTRATEGICA.
- 6) APLICACION DE LA METODOLOGIA DE LA INVESTIGACION EN LA ADMINISTRACION.
- 7) TEORIA DE LAS DECISIONES.
- 8) DISEÑO DE MODELOS ORGANIZACIONALES.
- 9) MODELOS DE MEJORAMIENTO Y DE CAMBIO.
- 10) MODELO DE DIAGNOSTICO ORGANIZACION Y CONTROL.
- 11) OTROS.

## DERECHO

- 1) DERECHO FISCAL.
- 2) DERECHO ECONOMICO.
- 3) DERECHO ECOLOGICO.
- 4) DERECHO DE LA COMUNICACION E INFORMACION (ESPACIO DE LA PRIVACIDAD).
- 5) DERECHO TECNOLOGICO.
- 6) DERECHO EMPRESARIAL.
- 7) DERECHO MERCANTIL.
- 8) DERECHO
- 9) FIGURAS CONTRACTUALES DE ADICION (MONOPOLIOS Y GRANDES TRANSNACIONALES).
- 10) DERECHO LABORAL.
- 11) OTRO:

## PERSONAL

- 1) CAPACITACION Y DESARROLLO DE PERSONAL.
- 2) RELACIONES INDUSTRIALES Y LABORALES.
- 3) SEGURIDAD E HIGIENE EN EL TRABAJO.
- 4) MOTIVACION Y LIDERAZGO.
- 5) PROGRAMACION DE AMBIENTES LABORALES.
- 6) PRODUCTIVIDAD Y CALIDAD DE VIDA EN EL TRABAJO.
- 7) TEORIA DE SISTEMAS APLICADO A ADMINISTRACION DE PERSONAL.
- 8) DESARROLLO ORGANIZACIONAL.
- 9) ANALISIS DE PUESTOS Y POLITICA DE SALARIOS Y REMUNERACIONES.
- 10) SOPORTE ESTRUCTURAL DE LA FUNCION DE PERSONAL.
- 11) OTROS.

## ECONOMIA

- 1) ECONOMIA EMPRESARIAL.
- 2) ANALISIS MICROECONOMICO Y MACROECONOMICO.
- 3) ECONOMIA POLITICA.
- 4) ECONOMIA INTERNACIONAL.
- 5) ECONOMIA DE COMERCIO INTERNACIONAL.
- 6) ECONOMIA INDUSTRIAL.
- 7) ECONOMIA DE NEGOCIOS.
- 8) ECONOMIA FINANCIERA.
- 9) RELACIONES ECONOMICAS INTERNACIONALES.
- 10) ECONOMETRIA APLICADA A MODELOS ADMINISTRATIVOS.
- 11) OTROS.

## ADMINISTRACION PUBLICA

- 1) FINANZAS Y CONTRALORIA PUBLICA.
- 2) ADMINISTRACION DE SERVICIOS PUBLICOS.
- 3) ADMINISTRACION Y EMPRESA PUBLICA.
- 4) ANALISIS DE PROYECTOS DEL SECTOR PUBLICO.
- 5) ADMINISTRACION PUBLICA COMPARADA.
- 6) POLITICAS PUBLICAS.
- 7) ADMINISTRACION ESTATAL Y MUNICIPAL.
- 8) SERVICIO CIVIL DE CARRERA EN EL SECTOR PUBLICO.
- 9) ADMINISTRACION PUBLICA ENFOCADA AL SECTOR CENTRAL Y AL SECTOR PARAESTATAL.
- 10) ADMINISTRACION FUNCIONAL DEL SECTOR PUBLICO.
- 11) OTROS:

## MERCADOTECNIA

- 1) ESTRATEGIAS COMPETITIVAS PARA EL COMERCIO INTERNACIONAL.
- 2) COMERCIO INTERNACIONAL.
- 3) ESTRATEGIAS DE CANALES DE DISTRIBUCION Y DISTRIBUCION FISICA.
- 4) MERCADOTECNIA INTERNACIONAL.
- 5) INVESTIGACION DE MERCADOS.
- 6) ESTRATEGIA PROMOCIONAL DE LAS EMPRESAS.
- 7) PLANEACION ESTRATEGICA EN MERCADOTECNIA.
- 8) MICROECONOMIA Y MODELOS CUANTITATIVOS APLICADOS A MERCADOTECNIA.
- 9) MERCADOTECNIA SOCIAL.
- 10) DIRECCION DE MERCADOTECNIA.
- 11) OTROS:

## PRODUCCION

- 1) ACTUALIZACION DE LA ADMINISTRACION DE LA PRODUCCION.
- 2) ADMINISTRACION DE COMPRAS ALMACENES Y TRANSPORTES.
- 3) MATEMATICAS, ESTADISTICA E INVESTIGACION DE OPERACIONES.
- 4) PLANEACION ESTRATEGICA DE LA PRODUCCION.
- 5) DIRECCION DE OPERACION Y PRODUCTIVIDAD.
- 6) COSTOS INDUSTRIALES.
- 7) MANTENIMIENTO DE EQUIPOS INDUSTRIALES.
- 8) CONTROL DE CALIDAD.
- 9) RUTA CRÍTICA Y TIEMPOS Y MOVIMIENTOS.
- 10) DISTRIBUCION DE PLANTA Y EQUIPO.
- 11) OTRO:

## FINANZAS

- 1) ADMINISTRACION DE PROYECTOS DE INVERSION.
- 2) FINANZAS BURSATILES.
- 3) FINANZAS INTERNACIONALES.
- 4) FINANCIAMIENTO DE PROYECTOS EMPRESARIALES.
- 5) MATEMATICAS FINANCIERAS AVANZADAS.
- 6) FINANZAS CORPORATIVAS.
- 7) EVALUACION DE PROYECTOS.
- 8) SISTEMAS FINANCIEROS NACIONALES E INTERNACIONALES.
- 9) ANALISIS AVANZADOS DE COSTOS FINANCIEROS.
- 10) FINANCIAMIENTO DEL DESARROLLO ECONOMICO.
- 11) OTROS:

## SISTEMAS

- 1) PROGRAMACION DE SISTEMAS ADMINISTRATIVOS.
- 2) GESTION DE LA TECNOLOGIA INFORMATICA.
- 3) APLICACION DE SISTEMAS INFORMATICOS EN LA ADMINISTRACION.
- 4) MICROCOMPUTACION ADMINISTRATIVA.
- 5) PLANEACION DE SISTEMAS ADMINISTRATIVOS.
- 6) INFORMATICA PARA GESTION GERENCIAL.
- 7) SISTEMAS ADMINISTRATIVOS COMPUTACIONALES.
- 8) TOMA DE DECISIONES EN LA ADMINISTRACION.
- 9) NUEVOS ENFOQUES PARA ADMINISTRAR EN TIEMPOS DE CRISIS.
- 10) PLANEACION PROSPECTIVA Y CONTINGENTE. OTRO.