

Guía CENEVAL EGEL Administración 2021

DESARROLLADA

CAPÍTULO A. ADMINISTRACIÓN ORGANIZACIONAL Y GESTIÓN DE LA CALIDAD.

A1. Diseño de plan estratégico.

- A1.1. Definición de objetivos, estrategias, acciones y recursos.
- A1.2. Identificación de la cadena de valor de la organización.
- A1.3. Identificación de la misión, visión y filosofía de la organización.
- A1.4. Realización de análisis FODA organizacional.

A2. Diseño de sistemas de calidad.

- A2.1. Diseño de sistemas de calidad orientados al incremento de la productividad.
- A2.2. Distinción de los sistemas de calidad de la organización en cualquiera de sus modalidades (ISO, NOM, entre otras).

A3. Evaluación de escenarios con apoyo de métodos de análisis cuantitativos y cualitativos.

- A3.1. Aplicación de métodos de investigación y administración de operaciones.
- A3.2. Diferenciación entre los escenarios que permitan evaluar aspectos de calidad y productividad dentro de la planeación estratégica.

A4. Diseño organizacional.

- A4.1. Aplicación de sistemas organizacionales para el logro de metas.
- A4.2. Diseño de los procesos organizacionales.
- A4.3. Diseño de políticas organizacionales.
- A4.4. Identificación de tipos de estructuras organizacionales.

A5. Desarrollo de liderazgo.

- A5.1. Desarrollo de programas de comunicación que asegure el logro de objetivos organizacionales.
- A5.2. Diseño de programas de desarrollo de equipos de trabajo.
- A5.3. Evaluación de los resultados del líder.
- A5.4. Participación en el plan de coaching/empowerment.

A6. Establecimiento de sistemas de control.

- A6.1. Diseño de programas de evaluación a la medida para la organización de manera integral o para cada área de interés en lo particular.
- A6.2. Realización de diagnósticos organizacionales.

A7. Promoción de la innovación tecnológica.

- A7.1. Identificación de las condiciones de la cultura organizacional para integrar nuevas tecnologías.
- A7.2. Identificación de necesidades de nuevas tecnologías.

CAPÍTULO B. ADMINISTRACIÓN DE LAS FINANZAS.

B1. Elaboración de pronósticos y presupuestos.

- B1.1. Elaboración del flujo de efectivo de la empresa.
- B1.2. Elaboración del presupuesto de ingresos y egresos.

B2. Evaluación de proyectos de inversión.

- B2.1. Elaboración de propuestas sobre la mejor alternativa mediante la estimación e interpretación de indicadores económicos y financieros.
- B2.2. Formulación de los componentes de un proyecto de inversión.

B3. Análisis de estados financieros.

- B3.1. Aplicación de las técnicas de análisis de estados financieros.
- B3.2. Realización de reportes comparativos sobre resultados del análisis de los estados financieros.

B4. Evaluación de la estructura de fuentes de financiamiento, sus alternativas y costos.

- B4.1. Elaboración de la propuesta sobre alternativas de inversión, desinversión o alianzas como una forma de creci-

miento de la empresa.

B4.2. Elaboración de propuestas sobre la combinación de fuentes de financiamiento para minimizar el costo financiero y maximizar el valor de la empresa.

CAPÍTULO C. ADMINISTRACIÓN DE LA MERCADOTECNIA.

C1. Identificación de las estructuras del mercado.

C1.1. Desarrollo de investigaciones de mercado.

C1.2. Generación de información específica a partir de la investigación de mercados para la toma de decisiones.

C1.3. Identificación de la actividad y el mercado en el que se desarrolla la empresa.

C2. Administración del portafolio de productos.

C2.1. Diseño de planes de productos.

C2.2. Evaluación del ciclo de vida de los productos.

C2.3. Identificación de las características del segmento del mercado de cada producto del portafolio.

C3. Establecimiento de estrategias de precios.

C3.1. Diseño de la estrategia de precios.

C3.2. Elaboración de estudios de comparación de precios en relación con la competencia.

C4. Desarrollo de estrategias de publicidad y promoción.

C4.1. Comunicación y promoción con el mercado que atiende la empresa.

C4.2. Definición de la estrategia promocional.

C5. Diseño de programas de ventas.

C5.1. Elaboración de los planes de venta.

C5.2. Elaboración del modelo de la fuerza de ventas.

C6. Diseño de canales de distribución acorde al mercado de la organización.

C6.1. Identificación de los canales de distribución.

C6.2. Selección de los canales y medios de distribución.

C7. Creación de planes de atención y servicio al cliente.

C7.1. Diseño del programa del servicio al cliente.

C7.2. Establecimiento de estrategias de la administración de las relaciones con el cliente.

C7.3. Realización del seguimiento del servicio al cliente.

C8. Definición de la imagen corporativa.

C8.1. Definición de estrategias para desarrollar la imagen corporativa.

C8.2. Definición de las marcas de la organización.

CAPÍTULO D. ADMINISTRACIÓN DE LOS RECURSOS HUMANOS.

D1. Planeación de personal en la organización.

D1.1. Administración de las compensaciones.

D1.2. Aplicación de los sistemas y controles de pago del personal.

D1.3. Determinación de las necesidades del personal a corto, mediano y largo plazo.

D2. Desarrollo del programa de reclutamiento, selección y contratación de personal.

D2.1. Análisis y elaboración de la descripción de puestos para identificar competencias y talentos requeridos en la organización.

D2.2. Reclutamiento, selección y comunicación de la contratación del personal al área correspondiente.

D3. Desarrollo de sistemas de evaluación del desempeño en la organización.

D3.1. Definición del plan para evaluar el desempeño del personal.

D3.2. Proposición de estrategias para mejorar el desempeño del personal.

D4. Administración del proceso de capacitación y desarrollo del personal en la organización.

D4.1. Diagnóstico de las necesidades de capacitación y desarrollo del personal.

D4.2. Coordinación del proceso integral de capacitación y desarrollo del personal

D5. Administración de relaciones laborales.

D5.1. Seguimiento al cumplimiento de la normativa laboral.

D5.2. Terminación de relaciones laborales.

D6. Promoción del clima organizacional favorable.

D6.1. Diseño de la encuesta del clima organizacional.

D6.2. Proposición de estrategias de cambio para favorecer al clima organizacional.

