



Universidad Autónoma Chapingo
Subdirección de Planes y Programas de Estudio



Programa de asignatura

**Diseño de Planes de Negocios y Creación y
Desarrollo de Empresas**

bajo el enfoque por competencias.

miércoles, 16 de julio de 2014



I. Datos Generales de la Asignatura

Unidad Académica		Programa Educativo		Área Académica			Año - Semestre	
División de Ciencias Económico Administrativas (DICEA)		Licenciatura en Administración y Negocios (LAN) Ingeniería en Economía Agrícola (INGEA)		Administración y Contabilidad			7° año- Primer Semestre. (LAN) 7° año- Segundo Semestre. (INGEA)	
Clave	Denominación de la Asignatura			Fecha de Elaboración	Fecha de Aprobación	Fecha de Revisión		
	Diseño de Planes de Negocios y Creación y Desarrollo de Empresas			Junio, 2014				
Área de conocimiento		Administración y Contabilidad						
Responsable del Programa:								
Distribución de horas formativas								
Horas Semanales				Horas Semestrales			Créditos Totales	
Teoría	Práctica	Viaje de Estudios	Trabajo independiente	Teoría	Práctica	Totales		
3.0	1.5	0.0	2.25	48	24	72		6.75
Nivel		Carácter		Tipo		Modalidad		
Medio Superior		()	Obligatoria	(X)	Teórico	()	Presencial	(X)
Licenciatura		(X)	Optativa	(X)*	Práctico	()	Mixto	()
Posgrado		()	Electiva	()	Teórico-Práctico	(X)	En Línea	()
Contextualización de la asignatura (módulo, disciplina, unidades de competencia):								



Ante la economía global y la búsqueda de posicionamiento y ventaja competitiva, actualmente la creación de una empresa se traduce como una alternativa que se traduce como la puesta en marcha de una iniciativa pues los promotores de esta ya han transitado del análisis de factores a la operación de la misma; por ello la presente asignatura será enseñada desde el enfoque por competencias a partir del aprendizaje por proyectos.

En ese sentido la UACH busca formar a sus estudiantes a la vanguardia, motivo por el cual la asignatura pertenece al área de conocimiento de Administración y Contabilidad, ubicándose en el séptimo año primer semestre de la Licenciatura en Administración y Negocios y séptimo año segundo semestre en la Ingeniería en Economía Agrícola; siendo esta última como materia optativa.

Cabe mencionar que a nivel interno los realizadores del proyecto parten de una estructura coherente, eficaz, rigurosa y con posibilidades de éxito al contemplar todos los aspectos de viabilidad del proyecto empresarial mismo a la par que permite definir claramente los cargos y las responsabilidades; a nivel externo sirve de soporte para mostrar el proyecto a otros posibles inversionistas o socios potenciales además de que puede servir como instrumento de medida de los rendimientos alcanzados, para solicitar soporte financiero, referencia para la acción futura, contactar proveedores, entre muchos otros. En ese sentido se refleja la conexión de la asignatura con diversas áreas del campo económico administrativo, tales como: la Licenciatura en Administración y Negocios, Diseño de Planes de Negocios y Creación y Desarrollo de Empresas, tiene relación horizontal con Formulación y Evaluación de Proyectos de Inversión y Administración de Ventas; de manera vertical con Contabilidad, Derecho Mercantil, Mercadotecnia e Imagen Corporativa, Administración Financiera, Investigación de Mercados, Planeación Estratégica, Diseño de Planes de Mercadotecnia; Diseño y Promoción de Empresas Virtuales así como las materias de las orientaciones de Agro



Universidad Autónoma Chapingo

División de Ciencias Económico Administrativas



negocios, Finanzas, Recursos Humanos y Mercadotecnia, tales como: Negocios de Productos Agrícolas y Negocios de Productos Pecuarios, Administración y Mercado de Productos Agropecuarios, Gestión de Recursos Externos para las Organizaciones, Administración por Competencias, Investigación de Mercados II, Diseño de Nuevos productos, Promoción y Publicidad, Mercadotecnia Internacional y Dirección de Marketing mientras que con respecto a la Ingeniería en Economía Agrícola tiene relación vertical con las asignaturas de Asociaciones Agrícolas y Fuentes de Financiamiento, Mercados y Comercialización de Productos Agropecuarios, Formulación y Evaluación de Proyectos, así como las materias de las orientaciones de Economía de los Recursos Naturales y Fortalecimiento Empresarial, siendo estas: Negocios Ambientales, Diagnóstico y Estrategias Empresariales, Administración y Desarrollo del Talento Humano, Mercadotecnia y Administración de la Calidad.

***Sólo aplica como materia optativa para la Ingeniería en Economía Agrícola.**



II. Propósito y Competencia (s) académica (s) de la asignatura

Propósito General

Diseñar planes de negocios de un producto o servicio innovador, a través del análisis de oportunidades de mercado, para asegurar el éxito de los productos o servicios e incentivar la cultura emprendedora en el país.

Competencias genéricas

- Capacidad creativa y emprendedora.
- Capacidad para formular y gestionar proyectos.
- Capacidad de planeación, organización dirección y control de las actividades de una organización.

Competencias específicas para la Licenciatura en Administración y Negocios

- Diseñar nuevos negocios considerando la demanda del mercado, para la consolidación de las empresas que contribuyen con el fortalecimiento económico del país, asumiendo una mentalidad positiva, emprendiendo con dinamismo y creatividad y respetando la confidencialidad de los proyectos.
- Desarrollar planes de mercadotecnia y programas de ventas en las organizaciones bajo el contexto del mercado, para dar respuesta a la demanda de los clientes, manteniendo una posición analítica y disposición al cambio con empatía y respeto hacia sus colaboradores, sentido de pertenencia y confidencialidad con la empresa.
- Desarrollar proyectos e investigaciones de mercado, nuevos productos y servicios y/o innova los existentes en congruencia con las condiciones de competencia del mercado, para identificar y aprovechar oportunidades de negocios, siendo perceptivo de la demanda, trabajando bajo presión con ética y confidencialidad y un enfoque significativo al cliente.

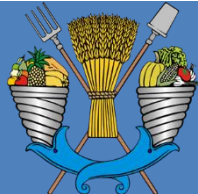
Competencias específicas para la Ingeniería en Economía Agrícola

- Identificar y emprender negocios en los sectores agroalimentario y ambiental.
- Gestionar proyectos de inversión para las organizaciones del sector.
- Aplicar las técnicas y herramientas de la administración para el desarrollo de las organizaciones.
- Realizar diagnósticos integrales en la organización y los factores de su entorno.



III. Evidencias Generales de Desempeño

Productos o evidencias Generales	Estrategias y Criterios Generales de Evaluación del Desempeño
<p>PRODUCTO:</p> <ul style="list-style-type: none">• Reportes de lectura• Ensayos• Análisis escrito de artículos afines a la asignatura• Exposiciones• Investigación documental/campo reportada• Notas de clase• Cuadro comparativo• Simulacros• Informe escrito/digital de proyectos.• Exámenes orales y/o escritos• Constancia de presentación de trabajos, visitas o participación en eventos científicos. <p>DESEMPEÑO:</p> <ul style="list-style-type: none">• Observaciones por parte del docente en la realización de las actividades• Autoapreciaciones respecto al propio desempeño	<p>ESTRATEGIAS:</p> <ul style="list-style-type: none">• Rubrica• Lista de cotejo• Participación• Análisis de caso• Aprendizaje Basado en la solución de Problemas• Proyecto integrador con lineamientos y criterios establecidos <p>CRITERIOS:</p> <ul style="list-style-type: none">• FORMA: Estructura, coherencia, claridad, gramática, organización, los tiempos de entrega, seguimiento del formato establecido, creatividad, involucramiento y participación.• CONTENIDO (DE FONDO): calidad y organización de la información, establecimiento de los objetivos, los recursos utilizados, las propuestas de soluciones, el cronograma, la puntualidad, las destrezas sociales, las contribuciones, las fuentes de información utilizadas, la creatividad, las conclusiones, la correcta utilización de citas y referencias bibliográficas, la argumentación..



IV. Estructura Básica del programa

UNIDAD DE APRENDIZAJE No 1		CREACIÓN Y DESARROLLO DE EMPRESAS: PYMES	
Horas Teoría		6.0	
Horas Práctica		1.5	
Propósitos específicos de la Unidad de Aprendizaje:			
Proporcionar los conceptos básicos para explicar las generalidades de la creación de una empresa en el contexto actual por medio de la interpretación de los mismos			
Contenido de la Unidad de Aprendizaje			
Elementos de la Competencia			
Conocimientos		Habilidades	Actitudes y valores
1.1 Las PYMEs y las nuevas empresas en la economía		Interpreta el concepto de PYME e identifica la relevancia y características de la misma.	En un marco de responsabilidad ambiental y social
1.1.1 Concepto de PYME			
1.1.2 Relevancia y características de las PYMEs			
1.2 Las nuevas empresas en la economía actual		Distingue las nuevas empresas en la economía actual.	Cimentando una interacción ética con su entorno.
1.3 Manifestaciones del emprendimiento		Determina las manifestaciones del emprendimiento.	Valorando la importancia del cumplimiento de las normas de acción y su impacto en el contexto.



<p>1.3.1 Franquicias</p> <p>1.3.2 Empresa familiar</p> <p>1.3.3 Empresa social</p> <p>1.4 Los proyectos emprendedores en empresas ya establecidas</p> <p>1.4.1 Ventajas y desventajas</p> <p>1.5 Creación de una nueva empresa</p> <p>1.5.1 Ventajas y desventajas</p> <p>1.6 Desarrollo de la empresa</p> <p>1.6.1 Ciclo del desarrollo de la empresa</p> <ul style="list-style-type: none">• Etapa preliminar• Iniciación de la empresa• Etapa de crecimiento• Etapa de expansión-consolidación• Declinación <p>1.7 Fases críticas típicas en las empresas</p>	<p>Reconoce las ventajas y desventajas de emprender con empresas ya establecidas o de nueva creación.</p> <p>Identifica el ciclo del desarrollo de la empresa.</p> <p>Compara las fases críticas típicas en las empresas.</p>	<p>Aplicando el conocimiento de manera honesta y conforme a las normas establecidas.</p> <p>De manera crítica y por medio de acciones responsables en el ámbito económico comercial</p> <p>Sorteandolas de manera creativa y responsable en el contexto</p>
--	---	---



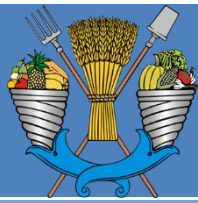
Materiales y recursos a utilizar	
Didácticos	Tecnológicos, informáticos y de comunicación
Libros de texto, artículos, pintarrón, marcadores, borrador, libreta de notas, bolígrafos y algunos otros según las necesidades del propio programa de asignatura así como la dinámica de grupo.	Laptop, cañón, videos, documentales, red Internet y algunos otros según las necesidades del propio programa de asignatura así como la dinámica de grupo.
Estrategias de enseñanza	Actividades de aprendizaje
Clases Magistrales Mediación en la realización de trabajos de investigación Aprendizaje basado en la solución de problemas (ABP) Trabajo integrador: Diseño de planes de mercadotecnia	Toma de notas correspondiente a cada clase. Establecimiento del objetivo de la tarea y establecimiento de las fuentes de información. Lluvia de ideas Trabajo colaborativo en equipo Diálogos y conversatorios Análisis escrito: lo que conozco, lo que desconozco, lo necesario Informe escrito: avances del trabajo integrador
Evidencias de Desempeño	
Productos o evidencias de desempeño	Criterios de Evaluación del Desempeño
Notas escritas Redacciones parciales de cada paso de la actividad Informe final de ABP Trabajo integrador escrito	Entrega de trabajos en tiempo, gramática, estructura de la información y dominio del tema, creatividad, claridad, argumentación lógica, presentación oral de la información así como involucramiento y participación.
<p>Actividades Prácticas: Conversatorio Título de la Práctica Ideando mi empresa Propósito identificar los elementos necesarios para la creación de una empresa a partir de investigación documental y de campo para diseñar un plan de negocios. Duración 1.5</p>	



UNIDAD DE APRENDIZAJE No 2		GENERALIDADES DEL PLAN DE NEGOCIOS	
Horas Teoría			3.0
Horas Práctica			3.0
Propósitos específicos de la Unidad de Aprendizaje:			
Explicar los elementos clave del plan de negocios por medio de la interpretación de los mismos para su correcta aplicación en la creación de un empresa			
Contenido de la Unidad de Aprendizaje			
Elementos de la Competencia			
Conocimientos		Habilidades	
2.1 Concepto del plan de negocio		Interpreta el concepto de plan de negocio.	
2.2 La evolución de los negocios en el país y en el mundo		Reconoce la evolución histórica de los negocios a nivel nacional e internacional.	
2.3 Ventajas e inconvenientes de la creación de empresas.		Distingue los factores de éxito y riesgo de una empresa.	
2.4 La utilidad del plan de negocios		Determina la utilidad de elaborar el plan de negocios.	
2.5 Las características de un plan de negocios		Identifica las características del plan de negocios.	
		Actitudes y valores	
		Con una visión emprendedora	
		Desde un marco competitivo y exitoso.	
		Para adoptar una posición leal ante la competencia.	
		Participa en el análisis y comparte sus ideas de manera respetuosa.	
		Muestra una actitud propositiva al elegir los métodos idóneos	



2.6 Modelos actuales del plan de negocios en México	Compara modelos actuales sobre planes de negocios.	Que le permitirán interactuar de manera ética con su entorno.
Materiales y recursos a utilizar		
Didácticos	Tecnológicos, informáticos y de comunicación	
Libros de texto, artículos, pintarrón, marcadores, borrador, libreta de notas, bolígrafos y algunos otros según las necesidades del propio programa de asignatura así como la dinámica de grupo.	Laptop, cañón, videos, documentales, red Internet y algunos otros según las necesidades del propio programa de asignatura así como la dinámica de grupo.	
Estrategias de enseñanza	Actividades de aprendizaje	
Clases magistrales Método de proyectos Preguntas guía Mediación pedagógica Acompañamiento en la elaboración del producto Lluvia de ideas Reportes de lectura	Toma de notas Definición de metas u objetivos Planeación Investigación y búsqueda de la información Piloteo de soluciones Revisión y corrección de los detalles Presentación	
Evidencias de Desempeño		
Productos o evidencias de desempeño	Criterios de Evaluación del Desempeño	
Notas escritas Cuadros comparativos Línea de tiempo Informe escrito: planeación estratégica	Del proyecto: duración, complejidad, tecnología a emplear, alcance, apoyo, creatividad, organización y manejo de la información. Entrega de trabajos en tiempo, gramática, estructura de la información y dominio del tema, creatividad, claridad, argumentación lógica, presentación oral de la información así como involucramiento y participación.	



Actividades Prácticas

Título de la Práctica: Generalidades del plan de negocios

Propósito: Elaborar un plan de negocios para un escenario económico real a partir de integrar de los contenidos revisados.

Duración 3.0



UNIDAD DE APRENDIZAJE No 3		PLANTEAMIENTO ESTRATÉGICO DEL PLAN DE NEGOCIOS	
Horas Teoría		6.0	
Horas Práctica		3.0	
Propósitos específicos de la Unidad de Aprendizaje:			
Identificar la estructura del planteamiento estratégico del plan de negocios a partir de los conocimientos adquiridos para su correcta aplicación.			
Contenido de la Unidad de Aprendizaje			
Elementos de la Competencia			
Conocimientos		Habilidades	Actitudes y valores
3.1	La idea de negocio 3.1.1 El concepto desde el punto de vista estratégico	Conceptualiza la idea de negocio desde el punto de vista estratégico.	Valora la importancia de las tendencias y su impacto en el contexto.
3.2	Selección y presentación de ideas de negocio. 3.2.1 Justificación	Selecciona y justifica ideas de negocio.	Muestra una actitud propositiva al elegir los métodos idóneos para resolver los problemas presentes
3.3	Descripción general del negocio	Describe el negocio de la unidad estratégica.	Desde una visión emprendedora al tiempo que es social y ambientalmente armónica
3.4	Entorno nacional e internacional del negocio	Discierne sobre el entorno internacional y nacional en que se desenvolverá la unidad estratégica de negocio.	Es participativamente responsable en las actividades y con los trabajos encomendados.



<p>3.5 Naturaleza de la unidad estratégica de negocio (UEN)</p> <p>3.5.1 Clasificación de la empresa</p> <p>3.5.2 Tamaño de la empresa</p> <p>3.5.3 Antecedentes de la UEN</p>	<p>Describe la naturaleza de la empresa</p>	<p>De manera correcta según las normas, contexto y tipo de producto o servicio</p>
<p>3.6 Análisis organizacional de la UEN</p> <p>3.6.1 Misión y visión</p> <p>3.6.2 Objetivos</p> <ul style="list-style-type: none"> • Corto plazo • Mediano plazo • Largo plazo <p>3.6.3 Metas</p> <p>3.6.4 Filosofía organizacional</p> <p>3.6.5 Política organizacional</p>	<p>Analiza los aspectos organizacionales de la empresa.</p>	<p>Críticamente y por medio de acciones responsables</p>
<p>3.7 Factores clave de éxito</p> <p>3.8 Matriz FODA de la UEN</p> <p>3.8.1 Análisis de las fortalezas y debilidades</p>	<p>Construye la matriz FODA de la empresa, a partir del análisis de las</p>	<p>Participa en el análisis del contexto de manera propositiva</p>



3.8.2 Detección de oportunidades y amenazas	de y	fortalezas, oportunidades, debilidades y amenazas.	
3.9 Análisis de competitividad		Analiza la competitividad de la unidad estratégica de negocios.	Para su correcto manejo y transportación conforme a las normas establecidas
Materiales y recursos a utilizar			
Didácticos		Tecnológicos, informáticos y de comunicación	
Libros de texto, artículos, pintarrón, marcadores, borrador, libreta de notas, bolígrafos y algunos otros según las necesidades del propio programa de asignatura así como la dinámica de grupo.		Laptop, cañón, videos, documentales, red Internet y algunos otros según las necesidades del propio programa de asignatura así como la dinámica de grupo.	
Estrategias de enseñanza		Actividades de aprendizaje	
Clases Magistrales Análisis de casos Aprendizaje por investigación dirigida Dirección del proyecto integrador		Toma de notas Análisis de casos Trabajo cooperativo en grupo Estructuración de la investigación Aplicación del conocimiento consolidado a nuevas situación	
Evidencias de Desempeño			
Productos o evidencias de desempeño		Criterios de Evaluación del Desempeño	
Notas escritas Reporte escrito sobre el análisis de casos: critica o aporte Avances parciales escritos Informe escrito del proyecto integrador Reportes de lectura		Fuentes, alcance, apoyo, creatividad, organización, eentrega de trabajos en tiempo, gramática, estructura de la información y dominio del tema, creatividad, claridad, argumentación lógica, presentación oral de la información así como involucramiento y participación.	



Actividades Prácticas

Título de la Práctica: Planeamiento estratégico del plan de negocios

Propósito: Exponer la importancia del planeamiento estratégico en el plan de negocios para la correcta creación de una empresa a partir de las competencias adquiridas.

Duración 3.0



UNIDAD DE APRENDIZAJE No 4		ESTUDIO DE MERCADO	
Horas Teoría		12.0	
Horas Práctica		4.5	
Propósitos específicos de la Unidad de Aprendizaje:			
Explicar los conceptos generales que se utilizan en los estudios de mercado a partir de desarrollar estrategias de mejoramiento en las gestiones que se realicen para mejorar a la empresa.			
Contenido de la Unidad de Aprendizaje			
Elementos de la Competencia			
Conocimientos		Habilidades	
		Actitudes y valores	
4.1	Análisis del mercado	Analiza el mercado del producto/servicio.	Compartiendo sus ideas de manera respetuosa
4.1.1	Segmentos del mercado		
4.2	Competencia	Determinación de la competencia del producto/servicio.	En un marco de tolerancia y negociación
4.2.1	Directa		
4.2.2	Indirecta		
4.3	Mezcla de mercadotecnia	Caracterización de la mezcla mercadológica.	Desarrolla empatía y tolerancia al trabajar de manera colaborativa con otros.
4.3.1	Producto o servicio		
	<ul style="list-style-type: none"> • Características tangibles (color, empaque, tamaño, nombre y justificación). • Características intangibles (uso, necesidades que 		



cubre, durabilidad, garantía).

- Aspectos innovadores del producto/servicio.
- Previsión de ventas del producto/servicio

4.3.2 Precio

- Método de fijación de precios basado en la oferta-demanda
- Método de fijación de precio basado en los costos.
- Fijación de precios con base en la competencia

4.3.3 Plaza o distribución

- Canales de distribución
- Tipos de distribución
- Funciones de la distribución
- Directrices para la toma de decisiones

4.3.4 Promoción

- Publicidad
- Promoción de ventas
- Relaciones públicas
- Venta y servicio al cliente



<ul style="list-style-type: none"> • Merchandising <p>4.4 Estrategias de la mezcla mercadológica</p> <p>4.4.1 Estrategia de producto</p> <ul style="list-style-type: none"> • Calidad <p>4.4.2 Estrategia de precios</p> <p>4.4.3 Estrategia de plaza</p> <ul style="list-style-type: none"> • Los intermediarios • Estructura de canal • Flujos comerciales • Elección de una red de distribución • El trade marketing <p>4.4.4 Estrategia de promoción</p> <ul style="list-style-type: none"> • El marketing directo • Comunicación en marketing 	<p>Construcción de las estrategias de la mezcla de mercadotecnia.</p>	<p>De manera crítica y por medio de acciones responsables</p>
<p>4.5 Benchmarking</p>	<p>Identifica el funcionamiento del benchmarking.</p>	<p>Permitiéndole interactuar de manera ética con su entorno.</p>
<p>4.6 Imagen de la empresa</p> <p>4.6.1 Definición del nombre</p> <ul style="list-style-type: none"> • Justificación <p>4.6.2 Logotipo y slogan</p>	<p>Diseña la imagen de la empresa.</p>	<p>Desde un marco honesto y amigable con el ambiente</p>



<ul style="list-style-type: none"> Justificación <p>4.7 Ejemplos de estudios de mercado en planes de negocios.</p>	<p>Compara estudios de mercado en planes de negocios.</p>	<p>En una postura de ganar-ganar y competencia leal</p>
---	---	---

Materiales y recursos a utilizar

Didácticos	Tecnológicos, informáticos y de comunicación
<p>Libros de texto, artículos, pintarrón, marcadores, borrador, libreta de notas, bolígrafos y algunos otros según las necesidades del propio programa de asignatura así como la dinámica de grupo.</p>	<p>Laptop, cañón, videos, documentales, red Internet y algunos otros según las necesidades del propio programa de asignatura así como la dinámica de grupo.</p>

Estrategias de enseñanza	Actividades de aprendizaje
<p>Clases magistrales Mediación pedagógica Proyecto integrador</p>	<p>Ensayo Realización de bocetos Exhibiciones Proyecto integrador: versión final escrita</p>

Evidencias de Desempeño

Productos o evidencias de desempeño	Criterios de Evaluación del Desempeño
<p>Notas escritas Explicación verbal Exhibición: Material de apoyo diseñado por los estudiantes, demostración, conversatorio y toma de notas Ejercicios escritos de simulación</p>	<p>Fuentes, alcance, apoyo, creatividad, organización, entrega de trabajos en tiempo, gramática, estructura de la información y dominio del tema, creatividad, claridad, argumentación lógica, presentación oral y defensa de la información así como involucramiento y participación.</p>

Actividades Prácticas

Título de la Práctica: Estudio de mercado

Propósito: Exponer el estudio de mercado realizado a partir del plan de negocios para la empresa que se está creando.

Duración 4.5



UNIDAD DE APRENDIZAJE No 5		ESTUDIO TÉCNICO U OPERATIVO
Horas Teoría		6.0
Horas Práctica		4.5
Propósitos específicos de la Unidad de Aprendizaje:		
Reconocer las fases de los estudios técnicos u operativos para establecer relaciones comerciales optimas a partir de la correcta creación de una empresa		
Contenido de la Unidad de Aprendizaje		
Elementos de la Competencia		
Conocimientos	Habilidades	Actitudes y valores
5.1 Localización de la empresa	Localiza la unidad estratégica de negocio.	Cimentando una interacción ética con su entorno competitivo.
5.2 Definición del producto/servicio	Define el producto/servicio que oferta la empresa.	En un marco de responsabilidad ambiental y sociocultural
5.3 Estimación del volumen de producción	Estima el volumen de producción.	Valorando la importancia del cumplimiento de las normas de acción y su impacto en el contexto.
5.4 Capacidad de producción o presentación del servicio	Determina la capacidad de producción o prestación del servicio.	De manera crítica y por medio de acciones responsables en el ámbito económico comercial
5.4.1 Materia prima y proveedores		
5.4.2 Equipo y maquinaria de trabajo		
5.4.3 Requerimientos de personal		



<p>5.4.4 Requerimientos financieros</p> <p>5.5 Control de calidad</p> <p>5.5.1 Del proceso o servicio</p> <p>5.5.2 Materia prima</p> <p>5.5.3 Máquinas y equipo de trabajo</p> <p>5.5.4 Personal</p> <p>5.5.5 Normas y políticas de calidad</p> <p>5.6 Estrategias de productividad y calidad</p> <p>5.7 Infraestructura tecnológica</p> <p>5.7.1 Software y Hardware</p> <p>5.8 Consideraciones legales:</p> <p>5.8.1 Licencias, patentes, marcas o franquicias</p> <p>5.9 Ejemplos de estudios técnicos u operativos en planes de negocios.</p>	<p>Distingue las normas y políticas de calidad, como parte del control de la misma dentro de la empresa.</p> <p>Establece las estrategias de productividad y calidad en el marco legal del producto/servicio.</p> <p>Compara estudios técnicos u operativos en planes de negocios.</p>	<p>Aplicándolo de manera creativa y responsable con el entorno y el contexto</p> <p>Con una visión emprendedora.</p> <p>Aplicando el conocimiento de manera honesta y conforme a las normas establecidas.</p>
---	--	---

Materiales y recursos a utilizar

Didácticos	Tecnológicos, informáticos y de comunicación
<p>Libros de texto, artículos, pintarrón, marcadores, borrador, libreta de notas, bolígrafos y algunos otros según las necesidades del propio programa de asignatura así como la dinámica de grupo.</p>	<p>Laptop, cañón, videos, documentales, red Internet y algunos otros según las necesidades del propio programa de asignatura así como la dinámica de grupo.</p>



Estrategias de enseñanza	Actividades de aprendizaje
Clases magistrales Mediación pedagógica Proyecto integrador	Ensayo Realización de bocetos Exhibiciones Proyecto integrador: versión final escrita
Evidencias de Desempeño	
Productos o evidencias de desempeño	Criterios de Evaluación del Desempeño
Notas escritas Explicación verbal Exhibición: Material de apoyo diseñado por los estudiantes, demostración, conversatorio y toma de notas Ejercicios escritos de simulación	Fuentes, alcance, apoyo, creatividad, organización, eentrega de trabajos en tiempo, gramática, estructura de la información y dominio del tema, creatividad, claridad, argumentación lógica, presentación oral y defensa de la información así como involucramiento y participación.
Actividades Prácticas Título de la Práctica: Estudio de técnico operativo Propósito: Exponer el estudio de técnico operativo realizado a partir del plan de negocios para la empresa que se está creando. Duración 4.5	



UNIDAD DE APRENDIZAJE No 6		ESTUDIO ORGANIZATIVO
Horas Teoría		6.0
Horas Práctica		4.5
Propósitos específicos de la Unidad de Aprendizaje:		
Identificar la importancia de los estudios organizativos para eficientar la creación de una empresa a partir de las competencias adquiridas		
Contenido de la Unidad de Aprendizaje		
Elementos de la Competencia		
Conocimientos	Habilidades	Actitudes y valores
6.1 Forma jurídica de la empresa 6.1.1 Elección de la forma jurídica <ul style="list-style-type: none"> • Criterios de elección de la forma jurídica • Características de las distintas formas jurídicas • Trámites de constitución y puesta en marcha de la empresa • Descripción de la forma jurídica de la organización 6.2 Estructura organizativa	Establece la forma jurídica de la empresa.	Desde un marco competitivo y exitoso.



6.2.1 Tipos de estructura	Establece la estructura organizativa de la unidad estratégica de negocio.	Que le permitirán interactuar de manera ética con su entorno.
6.3 Descripción de funciones de los puestos de trabajo		
6.4 Perfiles de los puestos de trabajo	Describe las funciones y perfiles de los puestos de trabajo.	Para adoptar una posición competitiva en el mercado.
6.4.1 Competencias de los puestos de trabajo	Compara estudios organizativos en planes de negocio.	Valora la importancia de las tendencias y su impacto en el contexto.
6.5 Ejemplos de estudios organizativos en planes de negocios.		
Materiales y recursos a utilizar		
Didácticos	Tecnológicos, informáticos y de comunicación	
Libros de texto, artículos, pintarrón, marcadores, borrador, libreta de notas, bolígrafos y algunos otros según las necesidades del propio programa de asignatura así como la dinámica de grupo.	Laptop, cañón, videos, documentales, red Internet y algunos otros según las necesidades del propio programa de asignatura así como la dinámica de grupo.	
Estrategias de enseñanza	Actividades de aprendizaje	
Clases magistrales Mediación pedagógica Proyecto integrador	Ensayo Realización de bocetos Exhibiciones Proyecto integrador: versión final escrita	
Evidencias de Desempeño		
Productos o evidencias de desempeño	Criterios de Evaluación del Desempeño	
Notas escritas Explicación verbal Exhibición: Material de apoyo diseñado por los estudiantes, demostración, conversatorio y toma de notas Ejercicios escritos de simulación	Fuentes, alcance, apoyo, creatividad, organización, entrega de trabajos en tiempo, gramática, estructura de la información y dominio del tema, creatividad, claridad, argumentación lógica, presentación oral y defensa de la información así como involucramiento y participación.	



Actividades Prácticas

Título de la Práctica: Estudio organizativo

Propósito: Exponer el estudio organizativo realizado a partir del plan de negocios para la empresa que se está creando.

Duración 4.5



UNIDAD DE APRENDIZAJE No 7		ESTUDIO ECONÓMICO Y FINANCIERO
Horas Teoría		12.0
Horas Práctica		3.0
Propósitos específicos de la Unidad de Aprendizaje:		
Reconocer las principales características de los estudios económicos y financieros para establecer relaciones comerciales optimas cuando se crea una empresa		
Contenido de la Unidad de Aprendizaje		
Elementos de la Competencia		
Conocimientos	Habilidades	Actitudes y valores
7.1 Requerimientos de activos fijos y capital de trabajo 7.2 Inversiones iniciales 7.3 Presupuesto de inversiones 7.4 Costos de producción 7.5 Fuentes de financiación 7.6 Estados contables 7.6.1 Balance general 7.6.2 Estado de resultados 7.6.3	Determina los requerimientos de activos fijos y capital de trabajo en el plan de negocios. Establece las inversiones iniciales, costos de producción, fuentes de financiación y estados contables del plan de negocios.	Muestra una actitud propositiva al elegir los métodos idóneos para resolver las situaciones presentes De manera correcta según las normas, contexto y tipo de producto



<p>7.7 Indicadores económico-financiero</p> <ul style="list-style-type: none"> 7.7.1 Flujo de efectivo 7.7.2 Punto de equilibrio 7.7.3 Depreciaciones 7.7.4 Tasa interna de retorno 7.7.5 Valor actual neto 7.7.6 Relación beneficio/costo 7.7.7 Índice de rentabilidad 	<p>Determina los indicadores económico-financieros.</p>	<p>Críticamente y por medio de acciones responsables</p>
<p>7.8 Análisis del estudio económico y financiero</p>	<p>Analiza el estudio económico y financiero del plan de negocios.</p>	<p>Para su correcto manejo conforme a las normas establecidas</p>
<p>7.9 Ejemplos de estudios económicos y financieros en planes de negocios</p>	<p>Compara estudios económicos y financieros en planes de negocios.</p>	<p>Participa en el análisis del contexto de manera propositiva</p>

Materiales y recursos a utilizar

Didácticos	Tecnológicos, informáticos y de comunicación
<p>Libros de texto, artículos, pintarrón, marcadores, borrador, libreta de notas, bolígrafos y algunos otros según las necesidades del propio programa de asignatura así como la dinámica de grupo.</p>	<p>Laptop, cañón, videos, documentales, red Internet y algunos otros según las necesidades del propio programa de asignatura así como la dinámica de grupo.</p>
Estrategias de enseñanza	Actividades de aprendizaje
<p>Clases magistrales</p>	<p>Ensayo Realización de bocetos</p>



Mediación pedagógica Proyecto integrador	Exhibiciones Proyecto integrador: versión final escrita
Evidencias de Desempeño	
Productos o evidencias de desempeño	Criterios de Evaluación del Desempeño
<p>Notas escritas Explicación verbal Exhibición: Material de apoyo diseñado por los estudiantes, demostración, conversatorio y toma de notas Ejercicios escritos de simulación</p>	<p>Fuentes, alcance, apoyo, creatividad, organización, entrega de trabajos en tiempo, gramática, estructura de la información y dominio del tema, creatividad, claridad, argumentación lógica, presentación oral y defensa de la información así como involucramiento y participación.</p>
<p>Actividades Prácticas: Título de la Práctica: Estudio económico y financiero Propósito: Integrar todo el trabajo realizado para conformar un plan de negocios a partir de los conocimientos adquiridos Duración:3.0</p>	



V. Evaluación y Acreditación.

Elaboración y/o presentación de:	Periodo o fechas	Unidades de aprendizaje y temas que abarca	Ponderación (%)
Trabajos escritos: Reportes de lectura Ensayos Análisis escrito de artículos afines a la asignatura Cuadro comparativo	Acordados en el encuadre por el profesor y los estudiantes	Son actividades que se desarrollaran durante las cinco unidades	10
Exposición del proyecto integrador			30
Participaciones			10
Notas de clase			05
Informe escrito del proyecto integrador			45
Constancia de presentación de trabajos, visitas o participación en eventos científicos			Serán ponderadas de manera adicional a la calificación semestral con 05 décimas y se podrán presentar como máximo 2 en calidad de asistente o una con valor de 1.0 puntos en caso de ser ponente cuando guarden relación directa con los contenidos de la asignatura demostrándose a través de una redacción de una cuartilla que contenga una descripción puntual de lo aprendido, el programa del evento y la constancia o diploma que lo certifica.
TOTAL			100



VI. Bibliografía y Recursos Informáticos.

Bibliografía Básica

- Abascal, R. F. (2004). *Cómo se hace un plan estratégico: la teoría del marketing estratégico*. España: ESIC.
- Aceves, V. (2005). *Dirección estratégica: el proceso de formulación de estrategias*. México: Mc Graw Hill.
- Ackoff, R. (1995). *La planificación de la empresa del futuro*. México: Limusa.
- Baca, U. G. (2003). *Evaluación de proyectos de inversión*. México: Mc Graw Hill.
- Fisher, L., y Navarro, A. (2000). *Investigación de mercados*. México: Mc Graw Hill.
- Fontaine, E. (1999). *Evaluación social de Proyectos*. México: Alfaomega.
- Galindo, R. C. J. (2007). *Manual para la creación de empresas: guía de planes de negocios*. Colombia: ECOE Ediciones.
- González, S. D. (2006). *Plan de negocios para emprendedores al éxito*. México: Mc Graw Hill.
- Guajardo, C. G. (2002). *Administración Financiera*. México: Mc Graw Hill.
- Harvard Business School Publishing Corporation. (2007). *Crear un plan de negocio*. Chile: Impact Media Comercial S.A.
- Hernández, a., y Hernández, V. (2000). *Formulación y Evaluación de Proyectos de Inversión*. México: ECAFSA.
- Hitt, M. A., Ireland, R.D., y Hoskisson, R. E. (2008). *Administración estratégica: competitividad y globalización*. México: Cengage Learning Latin America.
- Hoyos, B. R. (2013). *Plan de Marketing: diseño, implementación y control*. Colombia: Universidad Sergio Arboleda.
- Ibarra, V. D. (2008). *Los primeros pasos al mundo empresarial: una guía para emprendedores*. México: Limusa.
- Kotler, P., Armstrong, G., Cámara, D. Y Cruz, I. (2004): *Marketing*. 10ª ed., Madrid: Prentice-Hall
- Kotler, P., Lane, K., Cámara, D. y Mollá, A. (2006): *Dirección de Marketing*. 12ª edición. México: Pearson Educación.
- Kotler, P.; Armstrong, G.; Saunders, J.; Wong, V.; Miquel, S.; Bigné, E. y Cámara, D. (1999): *Introducción al Marketing*. Madrid: Prentice Hall.
- Naveros, A.J.A., y Cabrerizo, D.M.M.(2009). *Plan de Negocio*. España: Vértice
- Ochoa, S.G. (2002). *Administración Financiera*. México: Mc Graw Hill.
- Porter, M. (2010). *Ventaja competitiva: creación y sostenibilidad de un rendimiento superior*. México: Piramide S.A.
- Rodríguez, V. J. (2010). *Cómo aplicar la planeación estratégica a las pequeñas y mediana empresa*. Thompson.
- Ruiz, O.R.U., Guzmán, O.J., y De la rosa, I. E.J.L. (2008). *Dirección empresarial asistida: cómo alinear estratégicamente su organización*. España: Visión Net.



Salazar, L.J. (2006). *Cómo iniciar una pequeña empresa*. México: CECSA.
Steiner, G.A. (1991). *Planeación estratégica: lo que todo director debe saber, una guía paso a paso*. México: CECSA.
Stutely, R. (2000). *Plan de negocios: la estrategia inteligente*. México. Pearson Educacion.
Thompson y Strickland. (2008). *Dirección y administración estratégica*. México: Mc Graw Hill.
Wheelen, T., y Hunger, J.D. (2007). *Administración estratégica y política de negocios: conceptos y casos*. México: Pearson Educación.
Velásco, A. F. (2007). *Aprender a elaborar un plan de negocio*. España: Paidós Ibérica S.A.

Sitios de Internet

SITIOS DE REVISTAS REFERENTES AL TEMA

www.expansion.com

<http://www.entrepreneurship.org/>

<http://www.iadb.org/en/topics/topics-in-latin-america-and-the-caribbean,1125.html>

<http://www.impi.gob.mx/>

www.actualidad-economica.com

www.emprendedores.es

www.elpais.com

www.elmundo.es