



Universidad Autónoma Chapingo
Subdirección de Planes y Programas de Estudio



Programa de asignatura

Diseño y Evaluación de Planes de Negocios Internacionales

bajo el enfoque por competencias.

viernes, 25 de julio de 2014



Universidad Autónoma Chapingo

División de Ciencias Económico Administrativas



I. Datos Generales de la Asignatura

Unidad Académica		Programa Educativo		Área Académica		Año - Semestre	
División de Ciencias Económico Administrativas (DICEA)		Licenciatura en Comercio Internacional (LCI)		Administración y Contabilidad		6° año- Segundo Semestre.	
Clave	Denominación de la Asignatura			Fecha de Elaboración	Fecha de Aprobación	Fecha de Revisión	
	Diseño y Evaluación de Planes de Negocios Internacionales			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	
4.0	2.0	0.0	3.0	64	32	96	9.0
Nivel		Carácter		Tipo		Modalidad	
Medio Superior		()	Obligatoria	(X)	Teórico	()	Presencial (X)
Licenciatura		(X)	Optativa	()	Práctico	()	Mixto ()
Posgrado		()	Electiva	()	Teórico-Práctico	(X)	En Línea ()
Contextualización de la asignatura (módulo, disciplina, unidades de competencia):							



Los fundamentos necesarios para la ejecución de un proyecto exitoso residen en el desarrollo de cada una de sus etapas: identificación, formulación y evaluación; motivo por el cual hoy día resulta básico que los futuros profesionistas de las áreas comerciales y financieras posean el dominio de los conceptos y las técnicas que permiten establecer la viabilidad de los proyectos y comparar, a su vez, la relación de costos y beneficios así como de posibles inversiones alternas.

Al emprender un proyecto se debe incluir un estudio de mercado, un estudio técnico, una evaluación financiera y ambiental; permitiendo abarcar todas las aristas relacionadas con los negocios nacionales e internacionales. Consecuentemente y con miras a lograr que los y las estudiantes adquieran las competencias requeridas se les formara con el aprendizaje basado en la solución de problemas, estrategias constructivas de aprendizaje y el aprendizaje autogestivo, motivo por el cual la asignatura se ubica en el sexto año segundo semestre de la Licenciatura en Comercio Internacional; y pertenece al área de conocimiento de Administración y Contabilidad.

La importancia metodológica en el diseño y evaluación de planes de negocios internacionales crece día a día ya que permite un eficiente sistema de monitoreo y evaluación, de control de la información y toma de decisiones pertinentes, colocándole en transversalidad con otros campos del conocimiento. Diseño y Evaluación de Planes de Negocios Internacionales tiene relación horizontal con Planeación Estratégica y Promoción Internacional, de manera vertical con Contabilidad, Mercadotecnia e Imagen Corporativa, Investigación de Mercados, Mercadotecnia Internacional, Formulación y Evaluación de Proyectos, Negocios Electrónicos así como las materias de la orientación de Agro Negocios y Negocios Internacionales, tales como: Dirección de Marketing, Calidad, Negocios de Productos Agrícolas y Negocios de Productos Pecuarios.



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

Propósito General

Diseñar planes de negocios internacionales viables, analizando los factores del entorno internacional y de la organización, así como la identificación de oportunidades de mercado, para asegurar el éxito de los productos o servicios.

Competencias genéricas

- Capacidad para formular y gestionar proyectos.
- Capacidad de identificar ofertas exportables y nichos de negocio para el mercado internacional.
- Habilidad de promoción de productos y servicios para los mercados internacionales.

Competencias profesionales para la Licenciatura en Comercio Internacional

- Diseñar, implantar y evaluar planes de mercadotecnia nacional e internacional en empresas, organizaciones sociales, cadenas productivas y de valor en mercados nacionales e internacionales y con ello aprovecha las oportunidades de mercado.

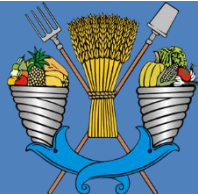
Competencias específicas para la Licenciatura en Comercio Internacional

- Analizar las tendencias económicas regionales del mundo y sus determinantes, en los vínculos que se establecen en el Comercio Internacional.
- Diseñar, implantar y evaluar planes de mercadotecnia nacional e internacional en empresas, organizaciones sociales, cadenas productivas y de valor en mercados nacionales e internacionales.



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.• 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• Reportes de las actividades realizadas <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		GENERALIDADES DEL PLAN DE NEGOCIOS			
Horas Teoría		3.0			
Horas Práctica		3.0			
Propósitos específicos de la Unidad de Aprendizaje:					
Explicar las generalidades del plan de negocios a través de sus elementos y fases para conocer tanto su actual manejo como su caracterización.					
Contenido de la Unidad de Aprendizaje					
Elementos de la Competencia					
Conocimientos		Habilidades		Actitudes y valores	
1.1 Concepto del plan de negocio		Interpreta el concepto de plan de negocio.		En un marco de responsabilidad ambiental	
1.2 La evolución de los negocios en el país y en el mundo		Reconoce la evolución histórica de los negocios a nivel nacional e internacional.		Cimentando una interacción ética con su entorno.	
1.3 Ventajas e inconvenientes de la creación de empresas.		Distingue los factores de éxito y riesgo de una empresa.		Valorando la importancia del cumplimiento de las normas de acción y su impacto en el contexto.	
1.4 La utilidad del plan de negocios		Determina la utilidad de elaborar el plan de negocios.		De manera crítica y por medio de acciones responsables en el ámbito económico comercial	
1.5 Las características de un plan de negocios		Identifica las características del plan de negocios. Compara modelos actuales sobre			



1.6 Modelos actuales del plan de negocios en México		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 en la realización de trabajos de investigación Aprendizaje basado en la solución de problemas (ABP) Plan de negocios: inicio		Toma de notas correspondiente a cada clase. Establecimiento del objetivo de la tarea y 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: establecimiento del plan de negocios	
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 Ensayo		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.	



Universidad Autónoma Chapingo

División de Ciencias Económico Administrativas



Actividades Prácticas: Conversatorio

Título de la Práctica Mi cosmovisión y los planes de negocios internacionales

Propósito Exponer los elementos que conforman un plan de negocios desde la propia óptica a partir de recursos audiovisuales para cimentar el proyecto semestral final.

Duración 3.0



UNIDAD DE APRENDIZAJE No 2		PLANTEAMIENTO ESTRATÉGICO DEL PLAN DE NEGOCIOS	
Horas Teoría			9.0
Horas Práctica			3.0
Propósitos específicos de la Unidad de Aprendizaje:			
Distinguir las principales características del planteamiento estratégico del plan de negocios para la correcta aplicación de las mismas a través de su instrumentación en diversos ejercicios			
Contenido de la Unidad de Aprendizaje			
Elementos de la Competencia			
Conocimientos		Habilidades	
		Actitudes y valores	
2.1 La idea de negocio		Conceptualiza la idea de negocio desde el punto de vista estratégico.	Con una visión emprendedora.
2.1.1 El concepto desde el punto de vista estratégico			
2.2 Selección y presentación de ideas de negocio.		Selecciona y justifica ideas de negocio.	Aplicándolo de manera creativa y responsable con el entorno
2.1.1 Justificación			
2.3 Descripción general del negocio		Describe el negocio de la unidad estratégica.	Aplicando el conocimiento de manera honesta
2.4 Entorno nacional e internacional del negocio		Discierne sobre el entorno internacional y nacional en que se desenvolverá la unidad estratégica de negocio.	Desde un marco competitivo y exitoso.



<p>2.5 Naturaleza de la unidad estratégica de negocio (UEN)</p> <p>2.5.1 Clasificación de la empresa</p> <p>2.5.2 Tamaño de la empresa</p> <p>2.5.3 Antecedentes de la UEN</p> <p>2.6 Análisis organizacional de la UEN</p> <p>2.5.1 Misión y visión</p> <p>2.5.2 Objetivos</p> <ul style="list-style-type: none">• Corto plazo• Mediano plazo• Largo plazo <p>2.5.3 Metas</p> <p>2.5.4 Filosofía organizacional</p> <p>2.5.5 Política organizacional</p> <p>2.6 Factores clave de éxito</p> <p>2.7 Matriz FODA de la UEN</p> <p>2.7.1 Análisis de las fortalezas y debilidades</p>	<p>Describe la naturaleza de la empresa</p> <p>Analiza los aspectos organizacionales de la empresa.</p> <p>Construye la matriz FODA de la empresa, a partir del análisis de las fortalezas, oportunidades, debilidades y amenazas.</p>	<p>Para adoptar una posición leal ante la competencia.</p> <p>Participa en el análisis y comparte sus ideas de manera respetuosa.</p> <p>Muestra una actitud propositiva al elegir los métodos idóneos</p>
---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------	----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------	------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------



<p>2.7.2 Detección de oportunidades y amenazas</p> <p>2.8 Análisis de competitividad</p>	<p>Analiza la competitividad de la unidad estratégica de negocios.</p>	<p>Valora la importancia de las tendencias y su impacto en el contexto.</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 en la realización de trabajos de investigación Aprendizaje basado en la solución de problemas (ABP)</p>	<p>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 de los avances del plan de negocios</p>	
Evidencias de Desempeño		
Productos o evidencias de desempeño	Criterios de Evaluación del Desempeño	
<p>Notas escritas Redacciones parciales de cada paso de la actividad Informe final de ABP Trabajo escrito: plan de negocios</p>	<p>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

Título de la Práctica Planteamiento estratégico del plan de negocios

Propósito Realizar un plan estratégico de negocios a partir de recursos audiovisuales e investigación documental para incorporarlo en el proyecto semestral final.

Duración 3.0



UNIDAD DE APRENDIZAJE No 3		ESTUDIO DE MERCADO	
Horas Teoría		24.0	
Horas Práctica		6.0	
Propósitos específicos de la Unidad de Aprendizaje:			
Utilizar estudios de mercado en el correcto manejo de los planes de negocio a través de diversos análisis y estrategias.			
Contenido de la Unidad de Aprendizaje			
Elementos de la Competencia			
Conocimientos		Habilidades	
3.1 Análisis del mercado		Analiza el mercado del producto/servicio.	
3.1.1 Segmentos del mercado			
3.2 Competencia		Determinación de la competencia del producto/servicio.	
3.2.1 Directa			
3.2.2 Indirecta			
3.3 Mezcla de mercadotecnia		Caracterización de la mezcla mercadológica.	
3.3.1 Producto o servicio			
<ul style="list-style-type: none"> • Características tangibles (color, empaque, tamaño, nombre y justificación). • Características intangibles 			
		Muestra una actitud propositiva al elegir los métodos idóneos para resolver los problemas presentes.	
		Es participativamente responsable en las actividades y con los trabajos encomendados.	



(uso, necesidades que cubre, durabilidad, garantía).

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

3.3.2 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

3.3.3 Plaza o distribución

- Canales de distribución
- Tipos de distribución
- Funciones de la distribución



<ul style="list-style-type: none">• Directrices para la toma de decisiones <p>3.3.4 Promoción</p> <ul style="list-style-type: none">• Publicidad• Promoción de ventas• Relaciones públicas• Venta y servicio al cliente• Merchandising <p>3.4 Estrategias de la mezcla mercadológica</p> <p>3.4.1 Estrategia de producto</p> <ul style="list-style-type: none">• Calidad <p>3.4.2 Estrategia de precios</p> <p>3.4.3 Estrategia de plaza</p> <ul style="list-style-type: none">• Los intermediarios• Estructura de canal• Flujos comerciales• Elección de una red de	<p>Construcción de las estrategias de la mezcla de mercadotecnia.</p>	<p>Desarrolla empatía y tolerancia al trabajar de manera colaborativa con otros.</p>
---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------	-----------------------------------------------------------------------	--------------------------------------------------------------------------------------



<p>distribución</p> <ul style="list-style-type: none"> • El trade marketing <p>3.4.4 Estrategia de promoción</p> <ul style="list-style-type: none"> • El marketing directo • Comunicación en marketing <p>3.5 Benchmarking</p> <p>3.6 Imagen de la empresa</p> <p>3.6.1 Definición del nombre</p> <ul style="list-style-type: none"> • Justificación <p>3.6.2 Logotipo y slogan</p> <ul style="list-style-type: none"> • Justificación <p>3.7 Ejemplos de estudios de mercado en planes de negocios.</p>	<p>Identifica el funcionamiento del benchmarking. Diseña la imagen de la empresa.</p> <p>Compara estudios de mercado en planes de negocios.</p>	<p>Críticamente y por medio de acciones responsables De manera creativa y respetando el contexto</p> <p>De manera correcta según las normas, contexto y tipo de producto</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)	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: avance del plan de negocios
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 escrito: plan de negocios	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 Estudios de mercado y planes de negocios internacionales Propósito Realizar un estudio de mercado para incorporarlo al plan de negocios previamente trabajado a partir de investigación documental y de campo para cimentar el proyecto semestral final. Duración 6.0	



UNIDAD DE APRENDIZAJE No 4		ESTUDIO TÉCNICO U OPERATIVO
Horas Teoría		9.0
Horas Práctica		3.0
Propósitos específicos de la Unidad de Aprendizaje:		
Identificar los elementos de los estudios técnicos u operativos para aplicarlos en los planes de negocios a través de las codificaciones establecidas.		
Contenido de la Unidad de Aprendizaje		
Elementos de la Competencia		
Conocimientos	Habilidades	Actitudes y valores
4.1 Localización de la empresa	Localiza la unidad estratégica de negocio.	Compartiendo sus ideas de manera respetuosa
4.2 Definición del producto/servicio	Define el producto/servicio que oferta la empresa.	Participa en el análisis del contexto de manera propositiva
4.3 Estimación del volumen de producción	Estima el volumen de producción.	En un marco de tolerancia y negociación
4.4 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
4.4.1 Materia prima y proveedores		
4.4.2 Equipo y maquinaria de		



<p>trabajo</p>		
<p>4.4.3 Requerimientos de personal</p>		
<p>4.4.4 Requerimientos financieros</p>		
<p>4.5 Control de calidad</p>	<p>Distingue las normas y políticas de calidad, como parte del control de la misma dentro de la empresa.</p>	<p>Desde un marco honesto y amigable con el ambiente</p>
<p>4.5.1 Del proceso o servicio</p>		
<p>4.5.2 Materia prima</p>		
<p>4.5.3 Máquinas y equipo de trabajo</p>		
<p>4.5.4 Personal</p>		
<p>4.5.5 Normas y políticas de calidad</p>		
<p>4.6 Estrategias de productividad y calidad</p>	<p>Establece las estrategias de productividad y calidad.</p>	<p>Desde un marco competitivo y ético</p>
<p>4.7 Infraestructura tecnológica</p>	<p>Determina la infraestructura tecnológica de la empresa.</p>	<p>Permitiéndole interactuar de manera ética con su entorno.</p>
<p>4.7.1 Software y Hardware</p>		
<p>4.8 Consideraciones legales:</p>	<p>Considera los aspectos legales del producto/servicio.</p>	<p>Apegándose a las normas</p>
<p>4.8.1 Licencias, patentes,</p>		



<p>marcas o franquicias</p> <p>4.9 Ejemplos de estudios técnicos u operativos en planes de negocios.</p>	<p>Compara estudios técnicos u operativos en planes de negocios.</p>	<p>En un marco de tolerancia y negociación</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 en la realización de trabajos de investigación Aprendizaje basado en la solución de problemas (ABP)</p>	<p>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: avance del plan de negocios</p>	
Evidencias de Desempeño		
Productos o evidencias de desempeño	Criterios de Evaluación del Desempeño	
<p>Notas escritas Redacciones parciales de cada paso de la actividad Informe final de ABP Trabajo escrito: plan de negocios</p>	<p>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

Título de la Práctica Estudio técnico u operativo

Propósito Realizar un estudio técnico u operativo para incorporarlo al plan de negocios previamente trabajado a partir de investigación documental y de campo para cimentar el proyecto semestral final.

Duración 3.0



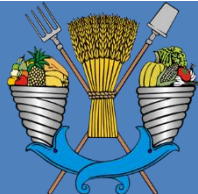
UNIDAD DE APRENDIZAJE No 5		ESTUDIO ORGANIZATIVO	
Horas Teoría		6.0	
Horas Práctica		3.0	
Propósitos específicos de la Unidad de Aprendizaje:			
Realizar un estudio organizativo para la correcta estructuración de la empresa por medio de los elementos revisados.			
Contenido de la Unidad de Aprendizaje			
Elementos de la Competencia			
Conocimientos		Habilidades	
5.1 Forma jurídica de la empresa 5.1.1 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 		Establece la forma jurídica de la empresa.	
		Valorando la importancia del cumplimiento de las normas de acción y su impacto en el contexto.	



<p>jurídica de la organización</p> <p>5.2 Estructura organizativa</p> <p>5.2.1 Tipos de estructura</p> <p>5.3 Descripción de funciones de los puestos de trabajo</p> <p>5.4 Perfiles de los puestos de trabajo</p> <p>5.4.1 Competencias de los puestos de trabajo</p> <p>5.5 Ejemplos de estudios organizativos en planes de negocios.</p>	<p>Establece la estructura organizativa de la unidad estratégica de negocio.</p> <p>Describe las funciones y perfiles de los puestos de trabajo.</p> <p>Compara estudios organizativos en planes de negocio.</p>	<p>En un marco de responsabilidad ambiental</p> <p>Cimentando una interacción ética con su entorno.</p> <p>De manera crítica y por medio de acciones responsables en el ámbito económico comercial</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>Mediación en la realización de trabajos de investigación</p> <p>Aprendizaje basado en la solución de problemas (ABP)</p>	<p>Toma de notas correspondiente a cada clase.</p> <p>Establecimiento del objetivo de la tarea y establecimiento de las fuentes de información.</p> <p>Lluvia de ideas</p> <p>Trabajo colaborativo en equipo</p> <p>Diálogos y conversatorios</p> <p>Análisis escrito: lo que conozco, lo que desconozco, lo necesario</p>	



Informe escrito: avance del plan de negocios	
Evidencias de Desempeño	
Productos o evidencias de desempeño	Criterios de Evaluación del Desempeño
<p>Notas escritas Redacciones parciales de cada paso de la actividad Informe final de ABP Trabajo escrito: plan de negocios</p>	<p>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>
<p>Actividades Prácticas Título de la Práctica Estudio organizativo Propósito Realizar un estudio organizativo para incorporarlo al plan de negocios previamente trabajado a partir de investigación documental y de campo para cimentar el proyecto semestral final. Duración 3.0</p>	



UNIDAD DE APRENDIZAJE No 6		ESTUDIO ECONÓMICO Y FINANCIERO	
Horas Teoría		9.0	
Horas Práctica		3.0	
Propósitos específicos de la Unidad de Aprendizaje:			
Identificar la estructura de los estudios económicos y financieros para la resolución de cualquier problema se relacione con estos procedimientos.			
Contenido de la Unidad de Aprendizaje			
Elementos de la Competencia			
Conocimientos		Habilidades	Actitudes y valores
6.1 Requerimientos de activos fijos y capital de trabajo	de	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.	Aplicando el conocimiento de manera honesta y conforme a las normas establecidas. Con una visión emprendedora.
6.2 Inversiones iniciales			
6.2.1 Presupuesto inversiones			
6.3 Costos de producción			
6.3 Fuentes de financiación			
6.4 Estados contables			
6.4.1 Balance general			
6.4.2 Estado de resultados			
6.4.3			



<p>6.5 Indicadores económico-financiero</p> <ul style="list-style-type: none"> 6.5.1 Flujo de efectivo 6.5.2 Punto de equilibrio 6.5.3 Depreciaciones 6.5.4 Tasa interna de retorno 6.5.5 Valor actual neto 6.5.6 Relación beneficio/costo 6.5.7 Índice de rentabilidad 	<p>Determina los indicadores económico-financieros.</p>	<p>Desde un marco competitivo y exitoso.</p>
<p>6.6 Análisis del estudio económico y financiero</p>	<p>Analiza el estudio económico y financiero del plan de negocios.</p>	<p>Para adoptar una posición leal ante la competencia.</p>
<p>6.7 Ejemplos de estudios económicos y financieros en planes de negocios</p>	<p>Compara estudios económicos y financieros en planes de negocios.</p>	<p>Aplicándolo de manera creativa y responsable con el entorno y el contexto</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>Toma de notas correspondiente a cada clase. Establecimiento del objetivo de la tarea y establecimiento de</p>



<p>Mediación en la realización de trabajos de investigación Aprendizaje basado en la solución de problemas (ABP)</p>	<p>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: avance del plan de negocios</p>
--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------	------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------

Evidencias de Desempeño

Productos o evidencias de desempeño	Criterios de Evaluación del Desempeño
<p>Notas escritas Redacciones parciales de cada paso de la actividad Informe final de ABP Trabajo escrito: plan de negocios</p>	<p>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

Título de la Práctica Estudio económico y financiero

Propósito Realizar un estudio económico y financiero para incorporarlo al plan de negocios previamente trabajado a partir de investigación documental y de campo para cimentar el proyecto semestral final.

Duración 3.0



UNIDAD DE APRENDIZAJE No 7		EVALUACIÓN DEL PLAN DE NEGOCIOS
Horas Teoría		4.0
Horas Práctica		3.0
Propósitos específicos de la Unidad de Aprendizaje:		
Explicar los conceptos generales que se utilizan en el plan de negocios para desarrollar estrategias de mejoramiento en las gestiones que se realicen a partir de la evaluación del mismo		
Contenido de la Unidad de Aprendizaje		
Elementos de la Competencia		
Conocimientos	Habilidades	Actitudes y valores
7.1 Evaluación del plan de negocios 7.1.1 Evaluación social 7.1.2 Evaluación técnica 7.1.3 Evaluación Comercial 7.1.4 Evaluación económica 7.1.5 Evaluación Financiera 7.1.6 Evaluación Ambiental 7.2 Análisis de riesgos	Evalúa planes de negocios y analiza los riesgos del mismo.	Permitiéndole 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 Mediación en la realización de trabajos de investigación Aprendizaje basado en la solución de problemas (ABP)	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 final escrito: plan de negocios
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 escrito: plan de negocios	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 Evaluación del plan de negocios Propósito Realizar la evaluación del plan de negocios que se realizó a partir de investigación documental y de campo para sustentar el proyecto semestral final. Duración 3.0	



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
Exposiciones			30
Participaciones			15
Notas de clase			05
Informe escrito del proyecto de negocios			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.expansión.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