

UNIVERSIDAD DE GUADALAJARA
CENTRO UNIVERSITARIO DE LOS VALLES



PROGRAMA DE ESTUDIO

SELECTIVA A-I
(ELABORACIÓN DE PLAN DE NEGOCIOS)

I.- DATOS GENERALES DEL PROGRAMA DE ESTUDIOS

1. – Nombre de la Asignatura:		ELABORACIÓN DE PLAN DE NEGOCIOS	
2. – Clave de la asignatura:		IA205	
3. - División:		Estudios Económicos y Sociales	
4. - Departamento:		Ciencias Económicas Administrativas	
5. - Academia:		Desarrollo de Negocios	
6. – Programa Educativo al que está adscrita:		Administración, Sistemas de Información, Turismo Alternativo	
7. - Créditos:		8	
8. – Carga Horaria total:		80	
9. – Carga Horaria teórica:	40	10. – Carga Horaria Práctica:	40
11. – Hora / Semana:		2	
12. – Tipo de curso:	CURSO-TALLER	13. – Prerrequisitos: NINGUNO	
14. – Área de formación:		ESPECIALIZANTE	
15. – Fecha de Elaboración:		2017-B	
16. - Participantes:		García de la Cruz Sandra Patricia	
17. – Fecha de la última revisión y/o modificación: 07/07/2017		Revisión: en proceso	
18. - Participantes		Sandra Patricia García de la Cruz	

II.- PRESENTACION

Naturaleza del curso y su vinculación con la profesión:

Esta materia aporta al perfil del Licenciado en Administración, la habilidad de aplicar los conocimientos de la gestión empresarial mediante la creación de un plan de negocios, además de generar la oportunidad de incursionar en el mundo del emprendimiento.

Se presenta toda una guía que los lleva paso a paso a realizar un plan de negocios y resumen ejecutivo que darán formalidad a una idea empresarial ante los organismos e instituciones que lo requieran, con la finalidad de presentarlo al final de semestre en la Expo Emprende dentro del marco de la Feria Académica y Cultural CUVALLLES.

El objetivo de la formulación de esta materia es fomentar en el estudiante una visión y habilidad empresarial que lo induzca a la creación y gestión de empresas, además de la consultoría y las asesorías como actividades que le permitirán obtener ingresos económicos cuando haya egresado y este ejerciendo su actividad profesional. Además se vincula con las áreas de administración, contabilidad, finanzas, mercadotecnia, liderazgo, producción, entre otras con un enfoque innovador.

III.- OBJETIVOS (Generales y específicos)

OBJETIVO GENERAL.

Fomentar en el estudiante la habilidad de convertir una idea de negocio en una empresa viable que contribuya al desarrollo regional de su región en un mercado globalizado. Así mismo, identificar los aspectos que distinguen la cultura de los emprendedores. Desarrollar la creatividad en la innovación de alternativas empresariales. Formular un plan de negocios capaz de satisfacer necesidades del mercado. Conocer todos los requerimientos de información y obligación de toda organización.

OBJETIVOS ESPECÍFICOS.

1. Presentar al alumno las bases para que pueda formular un plan de negocios con los resultados de los estudios que lo conforman para determinar su factibilidad y viabilidad para obtener financiamiento.

2. Analizar la información para la toma de decisiones en los aspectos técnicos y administrativos.
3. Asesorar al alumno en la investigación y el conocimiento de los requerimientos legales y de información que toda organización debe tener.
4. Desarrollar en el alumno las habilidades directivas basadas en la ética y la responsabilidad social que les permitan coordinar e integrar equipos multidisciplinarios.
5. Provocar en el alumno la inquietud de tener un primer acercamiento a sus sueños de emprender de manera tal que antes de salir de su carrera comience a tocar la posibilidad de planear y concretizar sus planes individuales y grupales, como preludeo a su futuro profesional.
6. Que conozca la importancia del espíritu emprendedor dentro de la pequeña, mediana y gran empresa.

IV.- INDICE DE UNIDADES

Unidades Programadas	Carga Horaria
Unidad I.- Modelo de Negocios CANVAS	10
UNIDAD II. Generalidades de la empresa	10
UNIDAD III. Elaboración del plan de negocios	40
UNIDAD IV. Evaluación del plan de negocios	20

V.- DESARROLLO DE LAS UNIDADES PROGRAMATICAS

UNIDAD I. Modelo de Negocios CANVAS (10 Hrs.)

Objetivo particular de la unidad: Formular mediante el lienzo de modelo de negocios las características principales de su empresa. Se trata de la razón por la que los clientes optan por una marca, producto o servicio en lugar de otras opciones. Ésta consiste en la manera en que un negocio crea valor para su segmento específico a través de una mezcla de distintos elementos.

- 4.1 Segmentos de cliente
- 4.2 Propuesta de valor
- 4.3 Canal
- 4.4 Relación
- 4.5 Recursos clave
- 4.6 Actividades clave
- 4.7 Alianzas
- 4.8 Estructura de costos
- 4.9 Relación con clients

UNIDAD II. Generalidades de la empresa (10 Hrs.)

Objetivo particular de la unidad: Conocer los principales conceptos para generar cultura de emprendedores para la creación de una empresa con un enfoque ético y de responsabilidad social.

- 1.1 Identificar el concepto de negocio
- 1.2 Evolución de los negocios
- 1.3 Factores de éxito de una empresa competitiva
- 1.4 Factores de riesgo y herramientas de prevención
- 1.5 Modelos de plan de negocios
- 1.6 Utilidad del plan de negocios

UNIDAD II. Elaboración del plan de negocios. (40 Hrs.)

Objetivo particular de la unidad: Formular un plan de empresa viable para satisfacer necesidades en el mercado.

2.1. Descripción de la empresa

2.1.1.- Descripción general del negocio (producto y/o servicio)

2.1.2.- Misión

2.1.3.- Visión

2.1.4.- Objetivos generales de la empresa.

2.1.5.- Factores claves de éxito.

2.1.6.- Análisis FODA

2.2.- Mercadotecnia e imagen.

2.2.1 Investigación de Mercados

2.2.1.1. Fuentes secundarias de información (industria, competencia, sector de mercado INEGI, Secretaria de Economía).

2.2.1.2 Fuentes primarias de información (entrevistas con expertos, sesiones de grupo, gráficas y análisis)

2.2.2 Análisis de Mercado

2.2.2.1 Mercado Potencial

2.2.2.2 Mercado Meta

2.2.3 Competencia

2.2.3.1. Directa

2.2.3.2 Indirecta

2.2.4 Producto o Servicio

2.2.4.1 Descripción de las características tangibles (color, empaque, tamaño, nombre y justificación)

2.2.4.2 Características Intangibles (uso, necesidades que cubre, durabilidad, garantías, soporte técnico)

2.2.4.3 Aspectos Innovadores del producto/servicio.

2.2.3 Precio

2.2.3.1. Políticas de Precio

2.2.3.2 estrategias de Introducción al mercado.

2.2.4 Publicidad y Promoción

2.2.4.1 Plan de Promoción justificado (Medios, frecuencia, duración, costo)

2.2.5 Comercialización (canales de distribución y punto de venta)

2.2.6 resumen de estrategias de mercadotecnia.

2.2.7 Proyecciones de ventas por 3 años (mensual para el primer año y anual para los años 2 y 3).

UNIDAD III. Evaluación del plan de negocio (20 Hrs.)

3.1 Concepto de plan de negocio

3.2 Ventajas de elaborar un Plan de negocios

3.3 Características del plan de negocios

VI. – EVIDENCIAS PARA LA EVALUACION DE APRENDIZAJES POR UNIDAD:

Ejemplos: (Exámenes, ensayos, monografías, trabajo de equipos, entre otros.)

- Trabajo de Equipo
- Trabajo de Campo
- Entregas y participaciones
- Exposiciones y mesas de discusión (opcional)
- Organización de Eventos o Invitados para pláticas (opcional)

VIII.- BIBLIOGRAFÍA BÁSICA Y COMPLEMENTARIA POR UNIDAD

Nombre del autor	Título de la obra	Editorial	Año y Edición
Juan Fernando Márquez García	Innovación en los modelos de negocios	Revista MBA EAFIT	2010
Harvard Bussines Review	LA INICIATIVA EMPRENDEDORA	Editorial Deusto	2004
Ignasi Brunet Icart Carlos Alberto Santamaria Velasco	La iniciativa emprendedora y la innovación	Fundación Educación Superior Empresa	2013
Ernesto R. Fontaine	Evaluación social de proyectos	Alfaomega	2010
Luigi Valdés	Administración de pequeñas empresas	Grupo Editorial Norma	2002
Rafael Guizar M	Desarrollo organizacional, principios y aplicaciones	Mc Graw Hill	2004
Carlos M Jiménez	Programa de apoyo a la micro empresas en américa latina	Editorial Macchi	2001
Justin G. Congenecker, Carlos W. Moore	Administración de pequeñas empresas; un enfoque emprendedor	Learning	2001

IX.- DIRECCIONES WEB RELACIONADAS CON EL CURSO

<http://wdg.biblio.udg.mx>
<http://www.inadem.gob.mx>
www.impi.gob.mx

X.- EVALUACIÓN

A) DEL PROGRAMA DE ESTUDIOS

Caso integrador, actividades de aprendizaje, participación

B) DE LA LABOR DEL PROFESOR

Asesora y facilita el aprendizaje

C) DE LA METODOLOGIA DE ENSEÑANZA-APRENDIZAJE (INSTRUMENTACIÓN DIDÁCTICA)

Búsqueda de información. Lecturas, análisis e interpretación. Clasificación de datos. Visualización de escenarios futuros. Lluvia de ideas. Dinámicas grupales. Organización de grupos colaborativos. Asesorías. Manejo del entorno de la organización. Conferencia de expertos en el área de emprendimiento y negocios.

D) DEL TRABAJO REALIZADO POR EL ESTUDIANTE

- A) Evidencias de aprendizaje: Prototipo de idea de negocio, presentación de plan de negocios y del modelo de negocio CANVAS,
- B) Criterios de desempeño: Entrega en tiempo y forma de acuerdo al reglamento establecido. Completo, puntual, gráficos, imágenes, estudio de campo e información estadística que sustente la idea.
- C) Campo de aplicación: Creación de nuevas empresas sustentables en la sociedad.

NOTA IMPORTANTE: Se sugiere que el profesor elabore un instrumento para que el estudiante se autoevalúe con las mismas categorías.

X.- ACREDITACION DEL CURSO

Requisitos

Administrativo: Contar con un numero asistencias mínimas para acreditar en periodo ordinario o en extraordinario (Reglamento General de Promoción Y Evaluación de Alumnos de la Universidad de Guadalajara)

Académicos: Evidencias de aprendizaje

XI. CALIFICACION DEL CURSO

<i>Evidencias de Aprendizaje</i>	<i>%</i>
Conocimientos: Exámenes-exposición	25
Controles de lectura	15
Habilidades y Destrezas: PROYECTO FINAL	40
Actitud: (interés, participación, compromiso con las lecturas	10
Valores: (puntualidad, responsabilidad, trato, tolerancia, etc.)	10

XII.- CALIFICACION EN PERIODO EXTRAORDINARIO

Características del examen que se aplicará en periodo extraordinario, en correspondencia con lo señalado en el Reglamento General de Evaluación y Promoción de Alumnos de la Universidad de Guadalajara. (Capítulo V).