



ACADEMIA DE MERCADOTECNIA						
I	NOMBRE DE LA MATERIA	Plan de Negocios III				
	TIPO DE ASIGNATURA	Curso, Taller	CLAVE	IE142		
II	CARRERA	Ingeniería MEcatrónica (IMEC)				
	ÁREA DE FORMACIÓN					
III	PRERREQUISITOS	Plan de Negocios II				
IV	CARGA GLOBAL TOTAL	80	TEORÍA	20	PRÁCTICA	60
V	VALOR EN CRÉDITOS	7				
FECHA DE CREACIÓN	26/06/2024	PROFESORES PARTICIPANTES	Mtro. Manuel Alejandro Tejeda Martín Lic. Ruth María Saavedra Ibarra			
FECHA DE ÚLTIMA MODIFICACIÓN	26/06/2024	PROFESORES PARTICIPANTES				
FECHA DE EVALUACIÓN						

VI. FUNDAMENTACIÓN

El curso "Plan de Negocios III" prepara a los estudiantes de Ingeniería Mecatrónica para afrontar los desafíos de transformar innovaciones tecnológicas en negocios exitosos. Mediante un enfoque teórico-práctico, los estudiantes desarrollarán habilidades cruciales en análisis de mercado, elaboración y gestión de planes de negocios, y presentación de proyectos, todo ello en un contexto empresarial realista y competitivo.

OBJETIVOS PARTICULARES:

Los estudiantes serán capaces de realizar análisis exhaustivos de mercado para identificar oportunidades y amenazas. Aprenderán a evaluar la viabilidad técnica y comercial de proyectos mecatrónicos, utilizando herramientas de investigación de mercado y análisis financiero.

Aprenderán a elaborar un plan de negocios completo, que incluya todos los elementos esenciales como la descripción del negocio, análisis del mercado, estrategia de marketing, operaciones y gestión, y proyecciones financieras. Además, adquirirán habilidades para gestionar y ajustar estos planes en respuesta a cambios en el entorno empresarial.

Desarrollarán habilidades en la presentación y defensa de sus planes de negocios ante diferentes públicos, incluidos posibles inversores, socios y stakeholders. Aprenderán técnicas de comunicación efectiva, preparación de presentaciones y argumentación persuasiva.



VII. CONTENIDO TEMÁTICO

Unidad 1: Introducción y Fundamentos del Plan de Negocios

- 1.1 Concepto y Importancia del Plan de Negocios
 - 1.1.1 Definición y Objetivos
 - 1.1.2 Componentes Principales de un Plan de Negocios
 - 1.1.3 Importancia para los Ingenieros Mecatrónicos

- 1.2 Tipos de Planes de Negocios
 - 1.2.1 Plan de Negocios para Startups
 - 1.2.2 Plan de Negocios para Empresas Establecidas
 - 1.2.3 Plan de Negocios para Proyectos Internos

- 1.3 Metodologías de Desarrollo de Planes de Negocios
 - 1.3.1 Lean Startup
 - 1.3.2 Business Model Canvas
 - 1.3.3 Metodología Tradicional

Unidad 2: Análisis de Mercado

- 2.1 Investigación de Mercado
 - 2.1.1 Definición y Métodos de Investigación
 - 2.1.2 Fuentes de Información Primaria y Secundaria
 - 2.1.3 Herramientas de Análisis de Datos

- 2.2 Segmentación de Mercado y Público Objetivo
 - 2.2.1 Identificación de Segmentos de Mercado
 - 2.2.2 Perfiles de Cliente y Buyer Personas
 - 2.2.3 Estrategias de Segmentación

- 2.3 Análisis de la Competencia
 - 2.3.1 Identificación de Competidores Directos e Indirectos
 - 2.3.2 Análisis FODA (Fortalezas, Oportunidades, Debilidades y Amenazas)
 - 2.3.3 Ventaja Competitiva y Estrategias Diferenciales

Unidad 3: Estrategia de Marketing

- 3.1 Desarrollo de la Estrategia de Marketing
 - 3.1.1 Objetivos de Marketing
 - 3.1.2 Estrategias de Producto, Precio, Plaza y Promoción (4Ps)
 - 3.1.3 Marketing Digital y Redes Sociales

- 3.2 Plan de Comunicación y Promoción
 - 3.2.1 Herramientas de Comunicación
 - 3.2.2 Publicidad y Relaciones Públicas
 - 3.2.3 Medición de Resultados y KPIs

- 3.3 Estrategia de Ventas



UNIVERSIDAD DE GUADALAJARA

CENTRO UNIVERSITARIO DE LOS LAGOS

DIVISIÓN DE ESTUDIOS DE LA CULTURA REGIONAL

DEPARTAMENTO DE CIENCIAS SOCIALES Y DEL DESARROLLO ECONÓMICO

- 3.3.1 Diseño y Estructura del Equipo de Ventas
- 3.3.2 Técnicas de Ventas y Persuasión
- 3.3.3 Gestión de la Relación con el Cliente (CRM)

Unidad 4: Plan Operativo y de Gestión

4.1 Plan de Operaciones

- 4.1.1 Procesos y Procedimientos Operativos
- 4.1.2 Gestión de la Cadena de Suministro
- 4.1.3 Indicadores de Desempeño Operativo

4.2 Estructura Organizacional

- 4.2.1 Diseño de la Estructura Organizacional
- 4.2.2 Roles y Responsabilidades
- 4.2.3 Cultura Organizacional y Gestión del Talento

4.3 Plan de Gestión de Proyectos

- 4.3.1 Fundamentos de la Gestión de Proyectos
- 4.3.2 Metodologías de Gestión de Proyectos (Ágil, PMI, etc.)
- 4.3.3 Herramientas y Técnicas de Planificación y Control

Unidad 5: Plan Financiero

5.1 Presupuestos y Proyecciones Financieras

- 5.1.1 Estado de Resultados Proyectado
- 5.1.2 Flujo de Caja Proyectado
- 5.1.3 Balance General Proyectado

5.2 Fuentes de Financiamiento

- 5.2.1 Tipos de Financiamiento (Propio y Ajeno)
- 5.2.2 Estrategias de Captación de Inversión
- 5.2.3 Negociación con Inversores y Entidades Financieras

5.3 Análisis Financiero

- 5.3.1 Indicadores Financieros Clave
- 5.3.2 Evaluación del Riesgo y Rentabilidad
- 5.3.3 Herramientas de Análisis Financiero

Unidad 6: Presentación y Defensa del Plan de Negocios

6.1 Preparación de la Presentación

- 6.1.1 Estructura y Contenido de la Presentación
- 6.1.2 Diseño de Presentaciones Efectivas
- 6.1.3 Uso de Herramientas Visuales y Multimedia

6.2 Técnicas de Presentación y Comunicación

- 6.2.1 Habilidades de Comunicación Verbal y No Verbal
- 6.2.2 Estrategias de Persuasión y Argumentación



6.2.3 Gestión de Preguntas y Respuestas

6.3 Simulación de Presentaciones a Inversores

6.3.1 Role-Playing y Evaluación de Presentaciones

6.3.2 Feedback y Mejora Continua

6.3.3 Estrategias de Seguimiento y Networking

VIII. MODALIDAD DEL PROCESO DE ENSEÑANZA-APRENDIZAJE

Presencial con posibilidad de adaptarse a clases virtuales a distancia.

IX. BIBLIOGRAFÍA

1. Barringer, B. R., & Ireland, R. D. (2015). *Entrepreneurship: Successfully Launching New Ventures* (5th ed.). Pearson.
2. Blank, S. (2013). *The Four Steps to the Epiphany: Successful Strategies for Products that Win*. K & S Ranch Press.
3. Osterwalder, A., & Pigneur, Y. (2010). *Business Model Generation: A Handbook for Visionaries, Game Changers, and Challengers*. Wiley.
4. Pinson, L. (2008). *Anatomy of a Business Plan: The Step-by-Step Guide to Building a Business and Securing Your Company's Future* (7th ed.). Out of Your Mind and Into the Marketplace.
5. Ries, E. (2011). *The Lean Startup: How Today's Entrepreneurs Use Continuous Innovation to Create Radically Successful Businesses*. Crown Business.
6. Scarborough, N. M. (2016). *Essentials of Entrepreneurship and Small Business Management* (8th ed.). Pearson.
7. Schmid, A., & Schreuder, H. (2006). *Strategic Management: A Stakeholder Approach*. Wiley.
8. Hisrich, R. D., Peters, M. P., & Shepherd, D. A. (2017). *Entrepreneurship* (10th ed.). McGraw-Hill Education.
9. Mullins, J., & Komisar, R. (2009). *Getting to Plan B: Breaking Through to a Better Business Model*. Harvard Business Review Press.
10. Kuratko, D. F. (2016). *Entrepreneurship: Theory, Process, and Practice* (10th ed.). Cengage Learning.



X. CONOCIMIENTOS, APTITUDES, ACTITUDES, VALORES, CAPACIDADES Y HABILIDADES QUE EL ALUMNO DEBE ADQUIRIR

Conocimientos

1. Desarrollo de Planes de Negocio: Comprensión profunda de las etapas y componentes esenciales de un plan de negocio, incluyendo análisis de mercado, estrategia de marketing, plan financiero, y estructura organizacional.
2. Modelos de Negocio Innovadores: Conocimiento de diferentes tipos de modelos de negocio y la habilidad de aplicar técnicas de innovación en el desarrollo de nuevos modelos.
3. Finanzas Empresariales: Habilidades para realizar proyecciones financieras, análisis de viabilidad, y gestión de recursos financieros.
4. Estrategias de Marketing y Ventas: Conocimiento sobre técnicas avanzadas de marketing, segmentación de mercado, y estrategias de ventas eficaces.
5. Gestión de Proyectos y Recursos: Capacidad para planificar, ejecutar y gestionar proyectos empresariales, incluyendo la gestión de tiempo, recursos humanos y materiales.

Aptitudes

1. Pensamiento Crítico y Analítico: Habilidad para analizar datos e información empresarial de manera crítica y tomar decisiones informadas.
2. Liderazgo y Gestión de Equipos: Capacidad para liderar y motivar equipos de trabajo, fomentar la colaboración y gestionar conflictos de manera efectiva.
3. Creatividad e Innovación: Aptitud para generar ideas novedosas y aplicarlas en la solución de problemas empresariales y en la creación de valor.
4. Adaptabilidad y Flexibilidad: Capacidad para adaptarse a cambios en el entorno empresarial y ajustarse a nuevas circunstancias de manera efectiva.

Actitudes

1. Proactividad: Actitud proactiva hacia el aprendizaje continuo y la mejora constante, buscando siempre nuevas oportunidades para crecer y mejorar.
2. Responsabilidad: Compromiso con la responsabilidad ética y social en la toma de decisiones empresariales.
3. Orientación al cliente: Enfoque centrado en el cliente, entendiendo sus necesidades y expectativas para ofrecer productos y servicios que aporten valor.

Valores

1. Integridad: Fomentar la honestidad y la transparencia en todas las actividades empresariales.
2. Ética Profesional: Adopción de prácticas éticas en la gestión de negocios y en la relación con todos los stakeholders.
3. Sostenibilidad: Compromiso con la sostenibilidad y la responsabilidad social empresarial.



Capacidades

1. Gestión de Información: Habilidad para recolectar, analizar y utilizar información relevante para la toma de decisiones estratégicas.
2. Negociación y Persuasión: Capacidad para negociar acuerdos favorables y persuadir a otros de la viabilidad y el valor de las ideas propuestas.
3. Evaluación de Riesgos: Capacidad para identificar, evaluar y mitigar riesgos en la planificación y ejecución de proyectos empresariales.

Habilidades

1. Comunicación efectiva: Habilidad para comunicar ideas y propuestas de manera clara y persuasiva, tanto de forma oral como escrita.
2. Trabajo en Equipo: Habilidad para colaborar eficazmente en equipos multidisciplinarios, aprovechando las fortalezas individuales para alcanzar objetivos comunes.
3. Resolución de Problemas: Capacidad para identificar problemas empresariales y desarrollar soluciones innovadoras y efectivas

XI. EL CAMPO DE APLICACIÓN PROFESIONAL DE LOS CONOCIMIENTOS QUE PROMUEVE EL DESARROLLO DE LA UNIDAD DE APRENDIZAJE

La unidad de aprendizaje "Plan de Negocios III" está diseñada para proporcionar a los estudiantes una comprensión avanzada y aplicable de cómo desarrollar y gestionar un plan de negocio eficaz. Los conocimientos y habilidades adquiridos en este curso son directamente aplicables en una variedad de campos profesionales, incluyendo:

1. Emprendimiento y Startups: Los estudiantes estarán capacitados para iniciar sus propios negocios, desde la concepción de la idea hasta la ejecución del plan de negocio, incluyendo la obtención de financiamiento y la gestión de operaciones.
2. Consultoría de Negocios: Podrán ofrecer servicios de consultoría a empresas emergentes y establecidas, ayudándoles a desarrollar planes de negocio sólidos y estrategias de crecimiento.
3. Gestión de Proyectos: Serán capaces de gestionar proyectos empresariales complejos, asegurando la viabilidad y el éxito de los mismos mediante una planificación y ejecución eficaz.
4. Desarrollo de Productos: Tendrán la habilidad de liderar el desarrollo de nuevos productos y servicios, desde la investigación de mercado hasta la introducción al mercado.
5. Administración y Gestión Empresarial: Podrán desempeñar roles clave en la administración y gestión de empresas, contribuyendo al diseño de estrategias y a la toma de decisiones que impulsen el crecimiento y la sostenibilidad.
6. Inversiones y Capital de Riesgo: Serán capaces de evaluar planes de negocio y proyectos empresariales desde la perspectiva de inversores y fondos de capital de riesgo, facilitando la toma de decisiones sobre inversiones.



XII. PERFIL DEL PROFESOR

Este curso requiere de profesores con alta formación y experiencia en el campo de los negocios, específicamente en la creación y gestión de planes de negocio. Las características del perfil del profesor incluyen:

1. Formación Académica:

- Grado de Doctorado en Administración de Empresas, Economía, Ingeniería Industrial, o campos afines.
- Máster en áreas relacionadas con la gestión empresarial, marketing, finanzas, o emprendimiento.

2. Experiencia Profesional:

- Mínimo de 10 años de experiencia en roles directivos o de consultoría en empresas de distintos tamaños y sectores.
- Experiencia práctica en la creación y gestión de planes de negocio, incluyendo la obtención de financiamiento y la gestión de startups.
- Participación en proyectos de emprendimiento y haber liderado iniciativas empresariales exitosas.

3. Habilidades de Enseñanza:

- Capacidad pedagógica para transmitir conocimientos complejos de manera clara y efectiva. Experiencia en la facilitación de talleres y en la guía de proyectos prácticos.
- Habilidades de mentoría y coaching, proporcionando apoyo individualizado a los estudiantes.

4. Conocimientos Actualizados:

- Estar al día con las tendencias actuales y las mejores prácticas en el campo de los negocios.
- Participación activa en conferencias y seminarios relacionados con el emprendimiento y la innovación empresarial.

5. Valores y Actitudes:

- Compromiso con la ética profesional y la responsabilidad social.
- Capacidad para inspirar y motivar a los estudiantes a alcanzar su máximo potencial.
- Enfoque colaborativo, fomentando un ambiente de aprendizaje participativo y dinámico.

XIII. EVALUACIÓN

Aspectos a evaluar

- Asistencia
- Reportes de lectura
- Participación y exposiciones
- Exámenes
- Última etapa del plan de negocios



MEDIOS DE EVALUACIÓN.

Asistencia: La asistencia a las clases es un factor importante para el seguimiento y aprovechamiento del curso.

Reportes de lecturas: Los estudiantes serán evaluados a través de la entrega de reportes de lecturas relacionadas con los temas abordados en la materia. Estos informes pueden incluir un resumen de la lectura, un análisis crítico y la aplicación de los conceptos en casos prácticos.

Participaciones y exposiciones: Se evaluarán las participaciones activas de los estudiantes en las discusiones en clase, así como su capacidad para presentar y argumentar sus ideas de manera clara y fundamentada. Esto puede realizarse a través de la observación directa del profesor y la evaluación de la calidad de las intervenciones de los estudiantes.

Exámenes: Se pueden realizar tres exámenes a lo largo del curso donde se abordan preguntas de desarrollo y resolución de problemas relacionados con los casos de estudio.

Plan de negocios: Como parte integral del curso, se puede solicitar a los estudiantes que desarrollen un plan de negocios relacionado con la formulación y evaluación de proyectos en el ámbito de la Ingeniería en Mecatrónica. Este plan de negocios deberá incluir elementos como la descripción del proyecto, el análisis de mercado, el estudio de viabilidad técnica y económica, y las estrategias de implementación. El plan de negocios será evaluado en función de su estructura, coherencia, viabilidad y solidez de los argumentos presentados.

MOMENTOS DE EVALUACIÓN.

Evaluación continua y evaluación de productos.

PORCENTAJE DE CADA UNO DE LOS CRITERIOS

Aspecto	Porcentaje
Asistencia	10%
Reportes de lecturas	15%
Participaciones y exposiciones	20%
Exámenes tres estudios de caso	15%
Plan de negocios	40%
Total	100%



UNIVERSIDAD DE GUADALAJARA

CENTRO UNIVERSITARIO DE LOS LAGOS

DIVISIÓN DE ESTUDIOS DE LA CULTURA REGIONAL

DEPARTAMENTO DE CIENCIAS SOCIALES Y DEL DESARROLLO ECONÓMICO

XIV. TIPO DE PRÁCTICAS

N/A

XV. MAESTROS QUE IMPARTEN LA MATERIA

XVI. PROFESORES PARTICIPANTES

MTRO. MANUEL ALEJANDRO TEJEDA MARTÍN
PROFESOR

DR. RAY FREDDY LARA PACHECO
JEFE DEL DEPARTAMENTO

LIC. RUTH MARÍA SAAVEDRA IBARRA
PRESIDENTE DE ACADEMIA