



**Centro Universitario de Tonalá**

Nombre de la materia
Plan de Negocios
Departamento
Humanidades y Arte
Academia
Historias y Teorías del Arte

Clave	Horas-teoría	Horas-práctica	Horas-AI	Total-horas	Créditos
Nivel	Carrera		Tipo	Prerrequisitos	
Licenciatura	Diseño de Artesanías		Curso Taller	S/P	
Área de formación					
Área de Formación Básica Particular Obligatoria					
Objetivo general					
Estructura su empresa, maneja expectativas realistas acerca del desempeño del negocio, registra los cambios pertinentes cuando la empresa esté en operación, elabora planes efectivos de negocios, conoce los diferentes modelos de planes de negocio, formula nuevos planes de negocios o reestructura y actualiza los ya existentes.					

Unidad 1 Descripción General de la empresa
Objetivo particular
Ofrece una semblanza general de la empresa, como está conformada, en lo que se refiere a accionistas, su historia, sus objetivos, en que industria participará.
Contenido
1.- Descripción General de la empresa 1.1.- Nombre o Razón Social de la empresa. 1.2.- Nombre Comercial. 1.3.- Sociedad (Tipo de Empresa) 1.4.-Socios. 1.5.- Monto del Capital. 1.6.- Representante Legal. 1.7.- Dirección General. 1.8.- Contador General.

**Centro Universitario de Tonalá**  
**Licenciatura en Diseño de Artesanía**

1.9.- Responsable de las áreas clave.
1.10.-Dirección del Negocio.
1.11.- Dirección Fiscal.
1.12.- Relación con los clientes.
1.13.-Identidad Corporativa.
1.14.- Resumen Ejecutivo.
Referencias a fuentes de información

<b>Unidad 2 Análisis del Sector y del Mercado.</b>
<b>Objetivo</b>
Realiza un análisis de la industria a la que pertenecerá la empresa, identifica si ingresará a una industria naciente, madura o en declive, identifica los tipos de negocios que dominan ese mercado y condiciones de la competencia, Establece el potencial de crecimiento a corto, mediano o largo plazo, conoce los ciclos de comportamiento que enfrentará en un futuro.
<b>Contenido</b>
2.1.- Panorama General. 2.2.- Ambiente. 2.3.- Análisis FODA.
Referencias a fuentes de información

<b>Unidad 3 Modelo de Negocios</b>
<b>Objetivo</b>
Identifica cuál es la razón de ser del negocio, determina los objetivos, conoce las características del producto o servicio a ofrecer, conoce las cualidades que hace del negocio ser diferente a los demás, establece esquemas donde directivos y colaboradores dediquen tiempo a la innovación de productos.
<b>Contenido</b>
3.1.- Misión. 3.2.- Determinación de Objetivos. 3.3.-Especificación del producto o servicio. 3.4.- Servicio. 3.5.- Ventaja Competitiva.
Referencias a fuentes de información

<b>Unidad 4 Plan Mercadotecnia y ventas</b>
<b>Objetivo</b>
Identifica el segmento del mercado que atacará, gustos y expectativas de los clientes potenciales, elabora estrategias de mercadotecnia para los productos y servicios, identifica el mercado meta.

**Centro Universitario de Tonalá**  
**Licenciatura en Diseño de Artesanía**

<b>Contenido</b>
4.1.- Mercado Meta. 4.2.- Investigación de Mercados. 4.3.- Mezcla de Mercadotecnia. 4.4.- Análisis de la Competencia. 4.5.- Benchmarking. 4.6.- Plan de ventas.
<b>Referencias a fuentes de información</b>
<b>Unidad 5. Plan de Organización y Administración Legal.</b>
<b>Objetivo</b>
Realiza un autodiagnóstico de habilidades y conocimientos del capital humano de la Compañía, diseña el plan organizacional de la Compañía, determina el perfil requerido para cada uno de los puestos, Realiza el proceso de selección y contratación de personal, realiza planes de capacitación de acuerdo con las necesidades, establece niveles de sueldos y salarios de acuerdo con la descripción del puesto, gestiona los registros y permisos necesarios para el buen funcionamiento del negocio.
<b>Contenido.</b>
5.1.- Estructura Organizacional. 5.2.- Selección de personal y contratación. 5.3.- Desarrollo del Capital Humano. 5.4.- Estructura de Sueldos y Salarios. 5.5.- Administración Legal.
<b>Referencias a fuentes de información</b>
<b>Unidad 6. Plan de operaciones.</b>
<b>Objetivo.</b>
Define los procesos necesarios para lograr eficiencia y eficacia en las tareas, determina que materiales y equipo necesita, que proveedores de materia prima y equipo se necesitan, donde está ubicado el negocio, cuanto puede producir y en que tiempos, que calidad es la necesaria, cual es el nivel de inventarios necesarios.
<b>Contenido</b>
6.1.- Ubicación. 6.2.- descripción del Proceso de Operaciones. 6.3.-Materia Prima y Mano de Obra. 6.4.- Proveedores. 6.5.- Capacidad Instalada. 6.6.- Control de Calidad. 6.7.- Inventarios. 6.8.- Políticas y Procedimientos de atención a clientes.

**Centro Universitario de Tonalá**  
**Licenciatura en Diseño de Artesanía**

<b>Referencias a fuentes de información</b>
<b>Unidad 7. Plan Financiero.</b>
<b>Objetivo.</b>
Determina que capital se requiere para iniciar o fortalecer un negocio, como se obtendrá ese negocio, determina cuales son los costos y gastos que genera el negocio.
<b>Contenido</b>
7.1.- Políticas Contables. 7.2.- Conformación de la Inversión. 7.3.- Proyección del flujo de efectivo y Estados financieros Proyectados.
<b>Referencias a fuentes de información.</b>

<b>Material de apoyo en línea</b>
Alcaraz Rafael El emprendedor de éxito. Guía de Planes de Negocio. Mc. Graw Hill, 2001. Collins, James y Porras, Jerry. Empresas que perduran. Norma, 2005. Harper, Stephen. Starting Your Business. A Step-by-Blueprintfor the First-Time Entrepreneur. Mc. Graw Hill, 1991. Instituto Mexicano de la Propiedad Industrial <a href="http://www.impi.gob.mx">www.impi.gob.mx</a> Marstio, Tuijja. Manual para escribir un plan de negocios. Ministerio de Relaciones Exteriores de Finlandia. Departamento para la cooperación internacional para el desarrollo. 1999. Sahlman, William. How to write a great Business plan. Harvard Business Review, 1997. Secretaría de Economía. Guía de trámites para iniciar y operar un negocio. <a href="http://www.economia.gob.mx/?P=942">www.economia.gob.mx/?P=942</a> Small Business Administration. The business plan, road, map success, 1997. West, Chris y Southon, Mike. La estrategia en el portavaso o como invertir una Buena idea en un gran negocio.Pearson Prentice Hall, 2003.
<b>Bibliografía Básica</b>
<b>Bibliografía complementaria</b>

<b>Criterios de Evaluación (% por criterio)</b>
Asistencia 5% Reportes de Lectura 5%

**Centro Universitario de Tonalá**  
**Licenciatura en Diseño de Artesanía**

Exposicion 20% Plan de Negocio 70%
---------------------------------------

Participantes en la elaboración	
Código	Nombre
2624966	Gustavo Vaca Medina

Fecha			
Elaboración	Aprobación por Academia	Autorización Colegio Departamental	Próxima revisión
2014			