

PROGRAMA DE LA ASIGNATURA.

NOMBRE: CREACIÓN DE EMPRESAS I	CLAVE:
PLAN: 2005	CRÉDITOS: 8
LICENCIATURA: CONTADURÍA , ADMINISTRACIÓN E INFORMÁTICA	SEMESTRE: 7
ÁREA: EMPRENDEDORES	HORAS POR CLASE: 2
REQUISITOS: NINGUNO	HORAS POR SEMANA: 4
TIPO DE ASIGNATURA:	OBLIGATORIA (X) OPTATIVA ()

OBJETIVO GENERAL :

EL ALUMNO APRENDERÁ A DESARROLLAR UNA CULTURA EMPRESARIAL TANTO DE INNOVACIÓN, SERVICIOS, DESARROLLO Y COMERCIALIZACIÓN, PRODUCCIÓN GENERAL Y PRODUCCIÓN CON BASES DE TECNOLOGÍA, DE PRODUCTOS Y SERVICIOS PARA LA CREACIÓN Y PROMOCIÓN DE EMPRESAS MEXICANAS; MEDIANTE EL CONOCIMIENTO DE DISTINTAS TEORÍAS, TÉCNICAS Y PROCEDIMIENTOS, ASÍ COMO LA VINCULACIÓN CON LA INICIATIVA PÚBLICA Y PRIVADA QUE PERMITAN PROPICIAR EL NACIMIENTO Y DESARROLLO COMPETITIVO DE EMPRESAS ACORDES CON LAS NECESIDADES DEL PAÍS."

TEMAS:	HORAS SUGERIDAS:
I IDENTIFICACIÓN DE OPORTUNIDADES.	4
1. Describir la(s) necesidad(es) o el problema	
1.1 Describir las soluciones del problema que satisfacen esa necesidad	
1.2 Visión con esa solución	
1.3 Definir variables a evaluar y criterios de evaluación	
1.4 Análisis de variables	
1.5 Presentación del producto o servicio	
1.6 Ventajas competitivas	
II DESCRIPCION DEL PLAN DE NEGOCIOS.	6
2. Descripción de la empresa y del producto	
2.1 Nombre de la empresa	
2.2 Antecedentes de la empresa	
2.3 Misión	
2.4 Visión empresarial	
2.5 Patrocinios (en su caso)	
2.6 Asesores externos (en su caso)	
2.7 Naturaleza de la empresa	
2.8 Industrial, comercial o servicios:	
2.9 Aspectos externos de la empresa imperantes, económicos, sociales, políticos, tecnológicos.	
2.10 Productos y/o Servicios, descripción general.	

- 3 Mercadotecnia
- 3.1 Objetivos del estudio de mercado
- 3.2 Definición del producto o servicio
- 3.3 Naturaleza y usos del producto o servicio
- 3.4 Definición de los satisfactores o beneficios del producto
- 3.5 Presentación producto: empaque, color, tamaño y nombre:
- 3.6 Logotipo y slogan
- 3.7 Recopilación de información de fuentes secundarias:
- 3.8 Identificación y análisis de la demanda
- 3.9 Directa:
- 3.10 Identificación del mercado que satisface y participación del mercado
- 3.10 Indirecta:
- 3.11 Identificación del mercado que satisface y participación del mercado
- 3.12 Identificación de la competencia
- 3.13 Directa:
- 3.14 Identificación del mercado que satisface y participación del mercado
- 3.15 Indirecta:
- 3.16 Identificación del mercado que satisface y participación del mercado
- 3.17 Proyección de la oferta
- 3.18 Diseño de la investigación formal o primaria.
- 3.19 Recopilación fuentes primarias
- 3.20 Tipo de muestreo
- 3.21 Tamaño de la muestra
- 3.22 Diseño del cuestionario, segmentación
- 3.23 Trabajo de campo
- 3.24 Tabulación y análisis
- 3.25 Medición e interpretación de resultados.
- 3.26 Definición de clientes, dónde y cuanto van a comprar
- 3.27 Determinación de la demanda potencial insatisfecha
- 3.28 Cálculo de la demanda potencial insatisfecha
- 3.29 Conclusiones del Estudio del Mercado
- 3.30 Fijación de precio.
- 3.31 Definición del precio del producto en cuanto a características del mismo
- 3.32 Políticas de precios
- 3.33 Margen de Utilidad
- 3.34 Competencia
- 3.35 Formación TMAR y el disposición del mercado
- 3.36 Punto de equilibrio

- 3.37 Las 4p's, comercialización
- 3.38 Tipos de promoción:
- 3.39 Comparación de tipos ,costos, beneficio y alcance

- 3.40 Campaña Publicitaria:
- 3.41 Justificación del medio, frecuencia y duración de la campaña
- 3.42 Diseño de publicidad: Anuncio, tríptico, etc.
- 3.43 Promoción de ventas: (descuentos, muestras gratis, etc.)

IV DESCRIPCION TECNICA

12

4. Producción / Servicios

4.1 Definición de objetivos a corto, mediano y largo plazo:

4.2 Tamaño de la planta, costos

4.3 Consideraciones (tamaño necesario del local, compra y/o renta)

4.4 Diagrama de distribución de la planta

4.5 Medidas de Seguridad:

4.6 Del producto o servicio

4.7 Localización geográfica de la empresa

4.8 Proceso de producción (ingeniería del proyecto, costos)

4.9 Diagrama de flujo del proceso

4.10 Control de calidad:

4.11 El proceso, materia prima, proveedores, máquinas, personas y al producto terminado.

4.12 Maquinaria y/o herramientas de trabajo. Características de la Tecnología

4.13 Mantenimiento del equipo

4.14 Capacidad de producción o de planta

4.15 Plan de producción anual

4.16 Riesgos:

4.17 Internos y Externos (del producto y de la empresa)

4.18 Plan de contingencias (seguros)

4.19 Costo total del proyecto.

V ORGANIZACIÓN

10

5 Estructura Organizacional

5.1 Definición del objetivo general de la empresa

5.2 Definición de objetivos a corto, mediano y largo plazo:

5.3 Organigrama

5.4 Definición de puestos:

5.5 Nombre del puesto

5.6 Descripción del puesto

5.7 Manuales

5.8 Tabla de sueldos

5.9 Políticas Operativas:

(Horario de trabajo, prestaciones, reglas, etc.)

6 . Contabilidad y finanzas

- 6.1 Objetivos de la inversión para estructuración del financiamiento
- 6.2 Estructura del financiamiento:
- 6.3 Balance General a 5 años mensualmente
- 6.4 Estado de Resultados a 5 años mensualmente
- 6.5 Anexos
- 6.6 Flujo de Efectivo a 5 años mensualmente
- 6.7 Razones Financieras
- 6.8 Índice de Liquidez
- 6.9 Prueba de ácido
- 6.10 Razones de endeudamiento
- 6.11 Punto de equilibrio
- 6.12 Rentabilidad

- 6.13 Aspectos Legales :

- 6.14 Forma legal (sociedad anónima, persona física con actividad empresarial, etc.).
- 6.15 Obligaciones fiscales
- 6.16 Diseño de la factura tomando en cuenta las consideraciones legales
- 6.17 Trámites que deberán hacer (Explicación)
- 6.18 Formas de la SHCP que se deben llenar

TOTAL

64 horas

LAS HORAS SUGERIDAS INCLUYEN TRES EXÁMENES POR LO MENOS

BIBLIOGRAFÍA BASICA:

1. Manual para emprendedores, Juan Reséndiz Pic, Ed. Mac Graw Hill
2. El Plan de Negocios, Antonio Botello, Ed. Mac Graw Hill
3. El Pensamiento Creativo Integral, Mauro Rodríguez, Ed. Mac Graw Hill
4. Cómo crear mi propia empresa, Cecilia Luchia, Ed. Macchi
5. Oportunidades competitivas, Rupert Hart, Ed. S
6. Desorganización creativa, Eduardo Kastika, Ed. Macchi
7. Curso práctico de creatividad, Mauro Rodríguez, Ed. Mac Graw Hill
8. Los emprendedores no caen, Lloyd Eshefsky, Ed. Mac Graw Hill
9. Diferenciarse o morir, Jack Trout, Ed. Mac Graw Hill
10. Enfoque visionario, Kinni, Ed. Mac Graw Hill
11. Las 100 mejores ideas de negocios, Ken Langdon, Ed. Mac Graw Hill
12. El mundo es tuyo, Kini Woo Chong, Ed. Iberoamericana
13. Ventaja competitiva KAIZEN, Masaaki Imai, Ed. Cecsca
14. Manual para la administración de los negocios, D.I. Cleland, Ed. Cecsca
15. De la idea a tu empresa, una guía para emprendedores, Sérvulo Anzola, Ed. Noriega
16. Falacias y ámbitos de la creatividad, Carlos Llano C., Ed. Noriega
17. La filosofía del éxito, Shimasaki, Ed. Limusa
18. Administración de pequeñas empresas, Sérvulo Anzola, Ed. Mac. Graw Hill
19. Empresas que perduran, James Collins, Ed. Norma
20. Estrategia de éxito empresarial, Roberto Servitje, Ed. Mac Graw Hill
21. Pensar, tarea esencial de líderes y gerentes, Luis Castañeda, Ed. Poder
22. Inicie su propio negocio, Charls L Martín, Ed. Iberoamericana
23. Cómo iniciar su propio negocio, Albert Kenett, Ed. Mac Graw Hill

TÉCNICAS DE ENSEÑANZA SUGERIDAS:

Exposición oral.....	(x)
Exposición audiovisual.....	(x)
Ejercicios dentro de clase.....	(x)
Seminarios.....	()
Lecturas obligatorias.....	(x)
Trabajos de investigación.....	(x)
Prácticas de taller o laboratorio.....	(x)
Prácticas de campo.....	(x)
Otras: trabajos de investigación en equipo.....	(x)

ELEMENTOS DE EVALUACIÓN

Exámenes parciales.....	(x)
Exámenes finales.....	(x)
Trabajos y tareas fuera del aula.....	(x)
Participación en clase.....	(x)
Asistencia a prácticas.....	()
Otras.....	(x)