
	<p align="center">Universidad Nacional Autónoma de México Dirección General de Incorporación y Revalidación de Estudios Departamento de Apoyo Académico</p>	
---	---	---

Carta Descriptiva Curso

Plan de negocios

Objetivo general:

Al finalizar el curso el participante conocerá los beneficios de elaborar un plan de negocios para asegurar la viabilidad de una empresa.

Objetivos específicos:

Conocer los conceptos fundamentales de la actividad emprendedora y los relacionados con el plan de negocios.

Identificar oportunidades de negocio relativas al mercado (sector industrial), el producto (bien y/o servicio) y la empresa.

Aplicará a su proyecto lo relativo al mercado al que va dirigido el producto; el perfil del consumidor, la competencia, la demanda, los precios, los canales de distribución, la logística y la promoción.

Identificar las fuentes de costos del proyecto y sus gastos de operación.

Definir la estructura jerárquica, funciones, responsabilidades y políticas de trabajo.

Estimar la rentabilidad del proyecto, a través del análisis de los flujos de efectivo y estado de resultados.

Conocer los aspectos legales para la constitución de una empresa; normatividad administrativa y requisitos para la apertura y funcionamiento.

Número de horas: 40 horas

Número de participantes: Mínimo 15 máximo 30

Dirigido a: Docentes del Sistema Incorporado

Nombre del ponente (s): Mtro. Francisco Javier Díaz Zamudio

Lugar: División de Estudios de Posgrado de la Facultad de Contaduría y Administración

Contenidos temáticos: (Módulos y temas)

- I. MÓDULO I. LA ACTIVIDAD EMPRENDEDORA EN MÉXICO
 - A. Conceptos Generales
 - B. Problemática de la micro y la pequeña empresa
 - C. Organismos relacionados con la actividad empresarial
 - D. El plan de negocios

- II. MÓDULO II. DESCRIPCIÓN Y JUSTIFICACIÓN DE LA EMPRESA
 - A. Descripción y justificación del proyecto a ofrecer
 - B. Misión y Visión

- C. Ventajas competitivas
- D. Modelo de Negocio/Cadena de Valor

III. MÓDULO III. MERCADOTECNIA APLICADA A LOS NEGOCIOS

- A. Perfil del cliente y mercado potencial
- B. Análisis de la Competencia (Directa / indirecta)
- C. Descripción del producto o servicio
- D. Importancia de la innovación en el desarrollo del producto
- E. Mezcla promocional
- F. Canales de distribución y puntos de venta

IV. MÓDULO IV. ANÁLISIS TÉCNICO

- A. Proyectos comerciales, industriales y de servicios
- B. Abasto (proveedores de materias primas)
- C. Producción y/u operaciones
- D. Maquinaria y/o herramientas de trabajo (especificación técnica, costo y capacidad de producción)

V. MÓDULO V. ANÁLISIS DE LA ORGANIZACIÓN

- A. Responsables del proyecto
- B. Determinación de la estructura jerárquica
- C. Descripción de puestos
- D. Requerimientos de personal (corto, mediano, y largo plazo)

VI. MÓDULO VI. PRESUPUESTOS Y EVALUACIÓN DE PROYECTOS

- A. Conceptos generales de costos
- B. Punto de Equilibrio
- C. Presupuesto de operación
- D. Flujo de efectivo
- E. Evaluación Financiera del proyecto

VII. MÓDULO VII. ASPECTOS LEGALES Y FISCALES EN LAS MICRO, PEQUEÑA Y MEDIANA EMPRESA

- A. Régimen de Personas físicas
- B. Ley General de Sociedades Mercantiles
- C. Constitución y funcionamiento de las sociedades
- D. Propiedad intelectual e industrial

Requisitos y formas de evaluación:

Asistencia mínima del 90%

Asignaturas del plan de estudios que apoya:

Licenciatura en Contaduría: Macroeconomía, Microeconomía, Matemáticas Financieras, Contribuciones Indirectas y al comercio exterior, Finanzas I, II, III, IV, V, VI y VII.

Licenciatura en Administración: Macroeconomía, Microeconomía Matemáticas Financieras, Finanzas I, II, III y IV.

Licenciatura en Informática: Macroeconomía, Microeconomía Matemáticas Financieras y Finanzas.