

**I. Identificadores del Programa:**

|   |   |                        |
|---|---|------------------------|
| <b>Carrera:</b> Ingeniería en Mecatrónica                 | <b>Depto:</b> Ingeniería Industrial y Manufactura |                        |
| <b>Materia:</b> DESARROLLO EMPRESARIAL                    | <b>Clave:</b><br>IIM340396                        | <b>No. Créditos:</b> 8 |
| <b>Tipo:</b> X_Curso ___Taller ___Seminario __Laboratorio | Horas: ___4___ H ___4___ H ___0___ H              |                        |
| <b>Nivel:</b> AVANZADO                                    | Totales   | Teoría Práctica        |
| <b>Carácter:</b> ___Obligatorio ___Optativa ___Electiva   |   |                        |

**II. Ubicación:**

| Antecedentes                | Clave     | Consecuente | Clave |
|-----------------------------|-----------|-------------|-------|
| Administración de Proyectos | IIM320296 | Ninguno     |       |
| Requisitos                  |           |             |       |

**III. Antecedentes:**

|  |
|--|
| Conocimientos: Conocimiento de mercadotecnia y su aplicación, conocimientos de contabilidad general y su análisis. Expresión oral y escrita  |
| Habilidades y destrezas: Toma de apuntes, investigación bibliográfica de elementos básicos de auto motivación y contabilidad general, trabajo en equipo, visión emprendedora de negocios.  |
| Actitudes y valores: Actitud participativa tanto individual como de grupo, honestidad en el desarrollo de nuevas ideas, apertura hacia una visión empresarial con alto sentido de la ética profesional, asumir la responsabilidad de brindar seguridad a los trabajadores que participen en el entorno de los proyectos particulares, dar cumplimiento a las disposiciones legales vigentes y que infieren en los proyectos, tales como protección del medio ambiente. |

**IV Propósito:**

|  |
|--|
| Al finalizar el curso el alumno tendrá los conocimientos básicos para realizarse como emprendedor de negocios, así como el conocimiento necesario para iniciar de manera clara y ordenada su propia empresa además contara con las herramientas para hacer crecer su propio negocio. |
|--|

**V. Objetivos: Compromisos formativos e informativos**

|  |
|--|
| Conocimientos: El alumno aprenderá a tener una visión diferente sobre el entorno económico, al comprender los principios y variables financieras así como su aplicación en el ámbito regional, nacional e internacional utilizando las herramientas brinda el proceso de motivación y desarrollo del espíritu emprendedor, análisis específicos de micro variables y macro variables a través de los estudios de mercado, técnico, financiero, |
|--|

|   |
|---|
| elaboración de plan de negocios, y sus evaluaciones financieras correspondientes.   |
| Habilidades y destrezas: Conocimiento de Probabilidad y Estadística para aplicarse en los análisis de proyecciones y pronósticos de las variables económicas, interpretación de los estados financieros y del resultados de rendimientos económicos. Reconocerá e interpretará las variables macro económicas para correlacionar factores que afectan a las empresas.   |
| Actitudes y valores: Análisis crítico sobre las decisiones de inversión en una nueva empresa con un alto sentido de visión emprendedora; gran visión de cambio en el ámbito económico, reconocimiento de la importancia de la micro y pequeña empresa en el crecimiento económico del país. Honestidad en la administración de los proyectos; responsabilidad social, compromiso con las metas trazadas en los proyectos. |
| Problemas que puede solucionar: Satisfacer necesidades sociales; creación de empleos al establecer una empresa nueva; asesorar al sector empresarial en problemas específicos de operación y de inversión; mejorar  |

## VI. Condiciones de operación

|  |  |   |
|--|--|---|
| Espacio: <input checked="" type="checkbox"/> Típica <input type="checkbox"/> Maquinaria <input type="checkbox"/> Prácticas                                       |  |   |
| Aula: <input type="checkbox"/> Seminario<br><input checked="" type="checkbox"/> Conferencia<br><input type="checkbox"/> Multimedia                               | Taller: <input type="checkbox"/> Herramientas<br><input type="checkbox"/> Creación | Laboratorios <input type="checkbox"/> Experimental<br><input type="checkbox"/> Simulación<br><input type="checkbox"/> Cómputo |
| Otro:  |  |   |
| Población No. Deseable: 35   |  | Máximo: 40  |
| Mobiliario: <input checked="" type="checkbox"/> Mesabanco <input type="checkbox"/> Restiradores <input type="checkbox"/> Mesas Otro:                             |  |   |
| Material educativo de uso frecuente: <input type="checkbox"/> Rotafolio <input checked="" type="checkbox"/> Proyector de acetatos <input type="checkbox"/> Video |  |   |
| Otro: Computadora portátil y cañón - proyector   |  |   |

## VII. Contenidos y tiempos estimados

| Contenido / actividad / evaluación      | Sesión | Fecha |
|---|--------|-------|
| <b>UNIDAD I. INTRODUCCIÓN</b>           | 2      |       |
| Integración de grupo                    |        |       |
| Técnicas de integración de grupo        |        |       |
| Integración de equipos de trabajos      |        |       |
| <b>EL LÍDER</b>                         |        |       |
| Características de líder                | 2      |       |
| Tipos de líder                          |        |       |
| El líder nivel 5                        |        |       |
| Técnicas "encontrando a mi líder"       | 2      |       |
| <b>EL EMPRESARIO "DEFINICIÓN"</b>       |        |       |
| Tipos de empresarios                    |        |       |
| El desarrollo continuo y discontinuó    |        |       |
| Crecimiento empresarial                 |        |       |
| <b>MOTIVACIÓN PERSONAL DE NEGOCIO</b>   | 2      |       |
| Identificar metas personales de negocio |        |       |
| Limites inversión y tiempo              |        |       |
| Los negocios familiares                 |        |       |
| <b>EL NEGOCIO</b>                       | 2      |       |
| Definición                              |        |       |
| Desarrollo de idea de negocio           |        |       |

|   |    |  |
|---|----|--|
| Fortalezas personales<br>Personalidad y capacidades<br>Oportunidades<br>Capacidad de inversión<br>Idea de negocio   | 2  |  |
| <b>EL MERCADO</b><br>Definición de mercado<br>Alcances de los mercados<br>Identificación y tipos de mercados<br>Los nuevos mercados<br>Total 12 hrs.  | 14 |  |
| <b>UNIDAD II LAS ESTRATEGIAS Y TÁCTICAS</b><br><b>Definición de estrategia y táctica</b><br>Tipos<br>Tareas específicas<br>Planes de acción<br>Que es administrar<br>Plan de negocios<br>La información del plan de negocios<br>Los componentes del plan de negocios<br>Índice<br>Resumen ejecutivo<br>Descripción del producto o servicio<br>Análisis de mercado e industria<br>La competencia<br>El equipo de administración<br>Plan de operaciones<br>Estrategia de mercadotecnia<br>Análisis financiero<br>Conclusión<br>Apéndices o materiales complementarios | 8  |  |
| <b>La estructura Empresarial</b><br>Definición<br>Tipos y características<br>Marca, Logotipo y eslogan<br>Creación y registro<br>Patentes<br>Definición y registro<br><br>Total 14 hrs.   | 14 |  |
| <b>UNIDAD III LA MERCADOTECNIA</b><br>3.1 Definición<br>3.2 Conocimientos Generales<br>3.3 Ciclo de vida de un producto<br>3.4 Canes de distribución<br><br>Total 8 hrs   | 8  |  |
| <b>UNIDAD IV LAS VENTAS</b><br>4.1 Definición<br>4.2 Manipulación   |    |  |

|   |    |  |
|---|----|--|
| <p>4.3 E Cierre</p> <p>4.4 La cuatro criterios del cierre</p> <p>4.4.1 Necesidad del cliente</p> <p>4.4.2 El responsable de la toma de decisión</p> <p>4.4.3 El presupuesto del cliente</p> <p>4.4.4 Las políticas de compra del cliente</p> <p>4.5 Las etapas de venta</p> <p>4.5.1 La sospecha</p> <p>4.5.2 Los candidatos</p> <p>4.5.3 El principio</p> <p>4.5.4 El descubrimiento</p> <p>4.5.5 La propuesta</p> <p>4.5.6 La tentativa inicial</p> <p>4.5.7 El presupuesto</p> <p>4.5.8 El cierre</p> <p>4.5.9 La posventa</p> <p>4.6 Las ventas de servicios</p> <p>4.7 La competencia</p> <p>4.7.1 Directa</p> <p>4.7.2 Estorbo</p> <p>4.7.3 Métodos de comparación</p> <p>4.7.4 Las alianzas</p> <p>Total 14 hrs.</p> <p><b>UNIDAD V LAS FINANZAS</b></p> <p>5.1 Principales aspectos financieros</p> <p>5.2 Usos y definición</p> <p>5.3 Estado de Ingresos</p> <p>5.4 Balance General</p> <p>5.5 Análisis de flujo de efectivo</p> <p>5.6 Simulación de empresas</p> <p>5.7 El manejo del éxito</p> <p>5.8 Reportes y Conclusiones</p> <p>Total 12 hrs.</p> | 12 |  |
|---|----|--|

### VIII. Metodología y estrategias didácticas

#### 1. Metodología Institucional:

- a) Elaboración de ensayos, monografías e investigaciones (según el nivel) consultando fuentes bibliográficas, hemerograficas, y "on line".
- b) Elaboración de reportes de lectura de artículos actuales y relevantes a la materia en lengua inglesa.

#### 2. Metodología y estrategias recomendadas para el curso:

- |                  |   |  |  |
|------------------|---|--|--|
| A. Exposiciones  | <input checked="" type="checkbox"/> Docente               | <input type="checkbox"/> Alumno                | <input checked="" type="checkbox"/> Equipo                             |
| B. Investigación | <input checked="" type="checkbox"/> Documental            | <input type="checkbox"/> Campo                 | <input type="checkbox"/> Aplicable                                     |
| C. Discusión     | <input checked="" type="checkbox"/> Textos                | <input checked="" type="checkbox"/> Problemas  | <input checked="" type="checkbox"/> Proyectos <input type="checkbox"/> |
| Casos            |   |  |  |
| D. Proyecto      | <input type="checkbox"/> Diseño                           | <input checked="" type="checkbox"/> Evaluación |  |
| E. Talleres      | <input type="checkbox"/> Diseño                           | <input type="checkbox"/> Evaluación            |  |
| F. Laboratorio   | <input type="checkbox"/> Práctica demostrativa            | <input type="checkbox"/> Experimentación       |  |
| G. Prácticas     | <input checked="" type="checkbox"/> En Aula* (simulación) | <input type="checkbox"/> "In situ"             | *En laboratorio de cómputo   |

H. Otro:

Especifique:

## IX. Criterios de evaluación y acreditación

|   |                  |
|---|------------------|
| <b>A) Institucionales para la acreditación:</b>         |                  |
| ➤ Acreditación mínima de 80% de las clases programadas. |                  |
| ➤ Entrega oportuna de trabajos.                         |                  |
| ➤ Pago de derechos.                                     |                  |
| ➤ Calificación ordinaria mínima de 7.0.                 |                  |
| ➤ Permite el examen de título:                          | ___ Sí    _x_ No |
| <b>B) Evaluación del curso:</b>                         |                  |
| ➤ Ensayos y Reportes de Lecturas:                       | %                |
| ➤ Otros trabajos de investigación:                      | %                |
| ➤ Exámenes parciales:                                   | 60%              |
| ➤ Reportes de lectura:                                  | %                |
| ➤ Prácticas:  | %                |
| ➤ Participación:  | %                |
| ➤ Otros:  |                  |
| o Proyecto:   | 20%              |
| o Examen departamental:                                 | %                |
| o Tareas:   | 20 %             |

## X. Bibliografía

|  |
|--|
| A) Bibliografía Obligatoria<br>"EMPIECE SU PROPIO NEGOCIO ! FACIL ¡" de Edward Paulson con Marcia Layton Editorial Prentice-Hall   |
| Bibliografía en lengua inglesa   |
| B) Bibliografía complementaria y de apoyo<br>EMPRESARIOS PEQUEÑOS Y MEDIANOS (LIBRO DE TEXTO)<br>LAMBING, PEGGY. KUEHL, CHARLES. EDITORIAL PPH PEARSON EDUCACION. 1998<br><br>-COMO INICIAR SU PROPIO NEGOCIO.<br>J. ALBERT, KENNETH.<br>EDITORIAL. MC GRAW HILL<br><br>-INICIACION Y ADMINISTRACION DE PEQUEÑOS Y MEDIANOS NEGOCIOS.<br>J. K. LASSER TAX INSTITUTE ,<br>EDITORIAL MC GRAW HILL<br><br>-PLANIFICACION, ORGANIZACION Y DIRECCION DE LA PEQUEÑA EMPRESA.<br>RODRIGUEZ, LEONARDO. |

## XI. Observaciones y características relevantes del curso

Se pretende que el alumno de ingeniería amplíe sus criterios de auto empleo hacia una cultura empresarial y obviamente financiera, que le permita tener un panorama alterno profesional y personal sobre su futuro, en el entorno de los negocios y hacia la globalización comercial actual. Así mismo se enfatiza en la cultura de valores de jóvenes emprendedores que consecuentemente lo hacen mas competitivo en un mundo donde cada vez se hace imprescindible el desarrollo de una cultura empresarial efectiva que

permite la permanencia en el mundo global de los negocios.

## **XII. Perfil deseable del docente**

Grado mínimo de maestría en administración y/o plantación y desarrollo empresarial con experiencia en el sector empresarial ya sea particular o Institucional, además experiencia en puestos de decisión financiera en alguna empresa del sector industrial privado. Conocimientos en técnicas pedagógicas que le permitan ser un trasmisor del conocimiento y sus experiencias. De preferencia su grado licenciatura en alguna rama de ingeniería.

## **XIII. Institucionalización**

Coordinador de carrera: M.C. Luis Ricardo Vidal Portilla

Coordinador de academia: M.C. Raúl Ñeco Caberta

Jefe del Departamento: Dr. Salvador A. Noriega Morales

Fecha de elaboración: 26/Agosto 2002      Fecha de revisión: 2005