

PROGRAMA DE CURSO

Nombre de la asignatura: Elaboración del Plan de negocios	Ciclo: Otoño 2021
Profesor(a): MPE. Francisco Javier Moo Xix correo electrónico: francisco.mooxix@uimqroo.edu.mx Elaboró y actualizó: Dra. Valeria B. Cuevas Albarrán	Clave: INDE-109
Objetivo general: El curso de permitirá al estudiante conocer los elementos para elaborar un Plan de Negocios y determinar los elementos conceptuales que se deben considerar como fundamentos para la aplicación práctica. Objetivos específicos: Conocer los elementos estructurales que debe contener un plan de negocios de acuerdo a diversos enfoques de negocios.	Horas: 3 horas por semana. 48 horas totales. Créditos: 6
Antecedentes académicos: Ninguno	
Articulación con otras experiencias formativas del mapa curricular: Microeconomía, Investigación de mercados, Taller de elaboración de proyectos, envase y embalaje, diseño de productos y servicios innovadores, dirección de recursos humanos, planeación estratégica, contabilidad, empresa y ambiente.	
Competencias generales y específicas a desarrollar: Elaborar el proyecto de inversión. Identificar los nichos de mercado para las empresas y planificar las estrategias comerciales acorde a las necesidades del negocio a emprender o la empresa existente.	
Contribución al perfil de egreso: El estudiante desarrollará las herramientas para la elaboración de los planes de negocios y como esta influye en la toma de decisiones empresarial desde una visión y enfoque intercultural.	

Temario

Sem.	Tema/Objetivo/Subtemas	Actividades de aprendizaje	Bibliografía
Tema 1: Presentación de la asignatura y su relación con la Carrera. Objetivo: Dar a conocer el programa de curso y los elementos de relación con la Carrera, la misión y la visión institucional.			
I	1.1 Presentación de la misión y visión institucional, su relación con la materia y la Carrera. Presentación del programa de curso. 1.2 Presentación del programa de curso. 1.3 Evaluación diagnóstica de conocimientos. 1.4 Presentación de resultados de la evaluación diagnóstica y comentarios		
	Solicitud de exámenes de suficiencia de conocimientos		
Tema 2. Cultura empresarial desde el enfoque intercultural Objetivo. Conocer el enfoque de las empresas desde la base intercultural			

Sem.	Tema/Objetivo/Subtemas	Actividades de aprendizaje	Bibliografía
II	2.1. Emprendimientos en contextos culturales diversos. 2.2.Las MIPYMES en contextos multiculturales 2.3. Creatividad e interculturalidad empresarial. 2.4. Trabajo en equipo y economía social	El estudiante revisará casos de estudio de emprendimientos exitosos donde identificará los elementos de creatividad, interculturalidad y economía social.	Cuevas-Albarrán y Parámo-Morales (2018). Díaz y Cavazos (2012). Carranza y Martínez (2020).
	Aplicación de exámenes de suficiencia de conocimientos		
Tema 3. Oportunidades de negocio desde la base social Objetivo: Identificar oportunidades de negocio para la puesta en marcha de la empresa.			
III	3.1. Concepto de negocio social 3.2. Selección de la idea de negocio 3.3. Descripción y justificación del negocio.	El estudiante identificará en las lecturas propuestas como se define la idea de negocio y las oportunidades que son clave para la creación de las mismas.	González Salazar (2007) Rosado-May, Cuevas-Albarrán, Moo-Xix, Huchin y Cavazos-Arroyo (2018). Carranza y Martínez (2020).
Tema 4. Modelos de negocio. Objetivo. Conocer los enfoques de los modelos de negocio			
IV	4.1. ¿Qué es un modelo de negocio? 4.2. Modelo de Negocio tradicional 4..3.Modelo de negocio social 4.4. Modelo de negocio verde	El estudiante realizará un cuadro comparativo de los modelos de negocios.	Arboleda (2014).
Tema 5. Estructura del plan de negocios Objetivo: Conocer e identificar los elementos generales que integran el plan de negocios			
V	5.1. Antecedentes 5.2. Diagnóstico 5.3. Elementos básicos 5.4 Ventajas y beneficios 5.5. Formas de presentación	El estudiante investigará en tres organismos publicos los elementos que integran el plan de negocios y establecerá los que se aplican de formatransversal en cada bolsa de financiamiento.	Balanko-Dickson, (2008) Arboleda (2014).
VI	5.6. Análisis de la Industria 5.7. Análisis del Mercado	El estudiante identificará y las herramientas propuestas para determinar el análisis de la industria y el mercado	Porter (2015).
Tema 6. Productos y servicios Objetivo: Aprender a definir el producto y/o servicio para el plan de negocios.			
VII	6.1. Productos y servicios	El estudiante mediante un mapa conceptual identificará los productos y servicios en todos los	Kotler y Keller (2012). Case y fare (1997)
VIII			

Sem.	Tema/Objetivo/Subtemas	Actividades de aprendizaje	Bibliografía
		niveles, así como el comportamiento de los mismos en la oferta y demanda.	
	Primer examen parcial Entrega de calificaciones del primer parcial		
Tema 7: Planeación estratégica del plan de negocios			
Objetivo: aprender a elaborar la misión, visión y objetivos generales que integran el plan de negocios.			
IX X	7.1 Misión 7.2 Visión 7.3 Objetivos 7.4 Políticas	El estudiante identificará los elementos que integran la visión, visión, objetivos y políticas y realizarán la propuesta para el proyecto final.	Porter (2015).
XI	7.5 Herramientas de análisis estratégico	El estudiante aplicará la herramienta de la matriz FODA para elaborar el análisis del proyecto.	Porter (2015).
Tema 8: El marketing y ventas			
Objetivo: Crear y desarrollar estrategias para el marketing y ventas.			
XII XIII	8.1 . Métricas del marketing 8. 2. Ventas e indicadores clave	El estudiante elaborará una presentación donde identifique los principales indicadores de marketing y ventas.	Kotler y Keller (2012). Dominguez Doncel y Muñoz Vera (2010).
Tema 9: Presupuesto financiero			
Objetivo: conocer, elaborar y analizar los conceptos e indicadores que integran el plan financiero			
XIV	9.2.Presupuesto de inversión		Arboleda (2014).
XV	9.3. Flujo de efectivo		González Salazar (2007).
XVI	9.4.Estado de Resultados		
	9.5. Indicadores de rentabilidad		
XVII	-Evaluación comprehensiva -Retroalimentación de la evaluación		

Evaluación

Criterios y procedimientos de evaluación y acreditación	Porcentaje
1. Evaluaciones parcial Primera evaluación parcial (semana 8)	20%
2. Una evaluación comprehensiva en la semana XVII	55%
3. Valores:	5%

4. Interculturalidad:	20%
*reporte de actividades 10%	
* laboratorios 10%	
Total	100 %

Evaluación del Profesor(a) en Aula por parte del coordinador(a) o profesor(a) designado(a)

Criterios.

1. Puntualidad en el inicio y la conclusión de la clase.
2. Comunicación de los objetivos de la clase comunicados con claridad.
3. Desarrollo del tema de la clase.
4. Participación de la mayoría de los estudiantes de la clase.
5. Estrategia(s) pedagógica congruente con los objetivos de la clase.
6. Uso de apoyo(s) didáctico(s).
7. Atención a las dudas u observaciones de los estudiantes.
8. Interés por parte de los estudiantes en el tema de la clase.
9. Respeto mutuo entre profesor y estudiantes.
10. Evaluación del aprendizaje del tema integrada al desarrollo de la clase.

Perfil del docente:

Sólida formación en la elaboración y evaluación de proyectos de inversión.

Bibliografía

Principal

Arboleda Vélez G. (2014). Proyectos, identificación, formulación y gerencia. Segunda edición. Alfaomega.

Balanko-Dickson, G. (2008) Cómo preparar un plan de negocios exitoso, México, editorial MC Graw Hill.

Carranza Barona C. y Martínez Galarza A. (2020). Desafíos de la economía solidaria y comunitaria. EduadorSapiens.

Case K. y Fare R. (1997). Principios de macroeconomía. Cuarta edición. Pearson Education.

Cuevas-Albarrán V., y Páramo Morales D. (2017). "Chokoj-Laté Cafeteria in the Mayan Community of José María Morelos, Quintana Roo, México". Evolving Entrepreneurial Strategies for Self- Sustainability in Vulnerable American Communities. IGI GLOBAL.

Dominguez Doncel A. Y Muñoz Vera G. (2010). Métricas del Marketing. 2ª edición. ESIC. Madrid.

Kotler P. y Keller K. (2012). Dirección de marketing. 14ª edición. Pearson.

Portet M. (2014). Estrategia competitiva. Patria.

Rosado May, F. J., Cuevas Albarrán, V., Moo Xix F.J., Rosado May, F. J., Huchin Chan, J., y Cavazos-Arroyo, J. 2018. *“A Culturally Sensitive Path to Achieve Sustainable Development in Indigenous Maya Communities”*. Handbook of Engaged Sustainability. Springer internacional Publishing. Springer, Cham.

Complementaria

González Salazar, D. (2007). Plan de negocios para emprendedores al éxito. México, editorial MC Graw Hill.

Guajardo G. (2006) El plan de negocios , Editorial Mc Graw Hill.