

UNIVERSIDAD DE NUEVO LEON "EMILIANO ZAPATA"

LICENCIATURA	EN BANCA Y FINANZAS				
MATERIA	DESARROLLO EMPRENDEDOR	LINEA CURRICULAR	MERCADOTECNIA		
TETRAMESTRE	QUINTO	CLAVE	MKT-103	SERIACION	MKT-102
HTS	3	HPS	2	THS	5
				CREDITOS	7

OBJETIVO DE LA MATERIA	El alumno en este curso obtendrá una visión de negocios, desarrollando las habilidades para generar alianzas, negociaciones con liderazgo, efectividad en logros de metas en grupo, esto con las herramientas empresariales.
-------------------------------	--

TIEMPO ESTIMADO	NOMBRE Y OBJETIVO DE LA UNIDAD	TEMAS Y SUBTEMAS	ACTIVIDADES DE APRENDIZAJE	BIBLIOGRAFIA
8hrs.	1.- Integración de grupos y equipos de trabajo El alumno diseñara un plan de trabajo de acuerdo a la metodología de la materia y su especialización a fin de generar un producto o un servicio, desarrollado desde la idea, la detección de las necesidades.	1.1. Desarrollo del producto o Servicio. -Proceso de definición del producto o servicio. -Justificar la necesidad de la creación del producto o servicio. -Determinar la existencia del Mercado para el producto o servicio. -Definición Final del Proyecto.	Exposición de temas -Durante el proceso de enseñanza aprendizaje se llevarán a cabo actividades tales como: Solución de casos Lecturas comentadas Análisis de la información derivada de procesos de Investigación previa. Presentación de resultados de diversos procesos y momentos de investigación.	ALCARAZ, Rodríguez, Rafael E. El Emprendedor de éxito. Mc Graw Hill, 2ª Ed. México, 2004. LLANO Sibrennes, C. Carlos. El Emprensario y su mundo. Mc Graw Hill. México, 2002.
12hrs.	2.- El plan de negocios del producto o Servicio. El alumno elaborará los planes necesarios para el desarrollo del producto o servicio elegido.	2.2. Desarrollo del Plan de Negocios del producto o servicio. -Estudio de Mercado de Factibilidad. -El establecimiento de la estructura Organizacional necesaria para llevar a cabo el proyecto de negocio. -Un Plan Financiero -Plan de Mercadotecnia y Ventas.	Discusiones grupales. Trabajo en equipo Revisión grupal de tareas para aclarar dudas y verificar avances. Reafirmación del proceso. Ejercicios y toda clase de actividades que se puedan hacer en el aula bajo la tutoría del docente y que fortalezcan el aprendizaje	SÁNCHEZ, Lozano, Alfonso. El plan de Negocios del Emprendedor. Edit. Mc Graw Hill, México, 2005. CANTÚ, H. Y SÁNCHEZ, A. "El plan de negocios del emprendedor. McGraw Hill, México, 2003
			Investigación de campo	

10hrs.	<p>3.- El estudio técnico. El alumno diseñara el estudio técnico de su producto o servicio a fin de contar con la cotización de maquinaria, precios de producción, de inversión, manuales de Organización, de procedimientos y con formatos para la evaluación y seguimiento del proyecto.</p>	<p>3.3. Estudio Técnico</p> <ul style="list-style-type: none"> -Producto. -Elementos integradores:- -Precio -Inversión. -Necesidades de equipo. -Pasos del procedimiento instalado. 	<p>Lecturas de textos Visitas a Empresas e Instituciones Investigación documental Trabajo en equipo Tareas (ejercicios, solución de problemas, búsqueda de información, entrega de reportes, etc.) Investigación de temas específicos. Asistir a eventos (conferencias, pláticas, exposiciones, visitas a museos, películas, obras de teatro, etc.)</p>	
12hrs.	<p>4.- Viabilidad. El alumno justificará la viabilidad del producto o servicio en el Mercado. Además de elaborar los estudios de análisis de la competencia y del mercado, mediante encuestas dirigidas para conocer la aceptación del producto, la situación de su competencia y la imagen de la empresa.</p>	<p>4.4. Viabilidad.</p> <ul style="list-style-type: none"> - La viabilidad del proyecto -Tipos de mercados a que va dirigido - Posición que ocupara el producto en el Mercado -Utilidades esperadas -Tiempo estimado en recuperación de la inversión. 	<p>Investigación de campo Lecturas de textos Visitas a Empresas e Instituciones Investigación documental Trabajo en equipo Tareas (ejercicios, solución de problemas, búsqueda de información, entrega de reportes, etc.) Investigación de temas específicos. Asistir a eventos (conferencias, pláticas, exposiciones, visitas a museos, películas, obras de teatro, etc.)</p>	
8hrs.	<p>5.- Tramites Legales El estudiante investigará los trámites necesarios para dar de alta la empresa, de acuerdo al giro, tamaño y producto que ofrece.</p>	<p>5.4. Tramites legales.</p> <ul style="list-style-type: none"> -Ante Hacienda. -Ante los derechos de Propiedad -Registro de Nombre. -Registro de Razón Social -Permisos etc. 	<p>Investigación de campo Lecturas de textos Visitas a Empresas e Instituciones Investigación documental Trabajo en equipo Tareas (ejercicios, solución de problemas, búsqueda de información, entrega de reportes, etc.) Investigación de temas específicos. Asistir a eventos (conferencias, pláticas, exposiciones, visitas a museos, películas, obras de teatro, etc.)</p>	
10hrs.	<p>6.- Analisis Financiero El estudiante elaborará el analisis financiero de la empresa que sustente tanto la inversión como la obtención de utilidades, a fin de facilitar el desarrollo de su proyecto a través de la búsqueda de patrocinios para su</p>	<p>6.6. Analisis Financiero.</p> <ul style="list-style-type: none"> - Las finanzas en la empresa -Tipo de Inversores Financieros -Planeación Financiera -Las Finanzas y el Producto -La Cartera 	<p>Investigación de campo Lecturas de textos Visitas a Empresas e Instituciones Investigación documental Trabajo en equipo Tareas (ejercicios, solución de problemas, búsqueda de información, entrega de reportes, etc.) Investigación de temas específicos.</p>	

<p>10hrs.</p> <p>7.- Resumen Ejecutivo. El estudiante realizará un resumen ejecutivo considerando los siguientes puntos: -Justificación del producto o servicio. -Misión. -Visión. -Filosofía -Organigrama. -Resultados de las encuestas de mercado de posicionamiento de competencia. -Las "4 P's". -Inversión. -Punto de equilibrio. -Publicidad y promoción, con la finalidad de presentarlo como producto final.</p>	<p>7.- Plan de Negocios Final.</p> <ul style="list-style-type: none"> - Integración de los planes de mercadotecnia, ventas y financiero <p>Tipos de negocios de negocios El plan de negocios como producto integral Fijación de Precios Precio de los Servicios Los clientes y el vínculo con ellos Creación y mantenimiento de la relación con el cliente</p>	<p>Asistir a eventos (conferencias, pláticas, exposiciones, visitas a museos, películas, obras de teatro, etc.)</p> <p>Investigación de campo Lecturas de textos Visitas a Empresas e Instituciones Investigación documental Trabajo en equipo Tareas (ejercicios, solución de problemas, búsqueda de información, entrega de reportes, etc.) Investigación de temas específicos Asistir a eventos (conferencias, pláticas, exposiciones, visitas a museos, películas, obras de teatro, etc.)</p>	
--	---	---	--

RECURSOS DIDÁCTICOS: Pizarra, infocus, laptop

EVALUACIÓN: Dos exámenes: uno de medio término y uno final que equivalen al 50%, cada uno con calificación final integrada por (2) exámenes con valor de 20% cada uno, evaluaciones ídemas, trabajos, investigaciones de equipo 10%, trabajo final 20 %.