

Plan de emprendimiento

| | | | | | |
|-----------------------------------------------------------------------------------|---------------------------------------------------------------------|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|----------------------------------------------------------|-------------------------------------------------------------------------------------|--|
|  | | UNIVERSIDAD NACIONAL AUTÓNOMA DE MÉXICO FACULTAD DE CONTADURÍA Y ADMINISTRACIÓN PLAN DE ESTUDIOS DE LA LICENCIATURA EN ADMINISTRACIÓN Sistema Escolarizado: Modalidad Presencial Programa de Estudios de la asignatura | |  | |
| Plan de emprendimiento | | | | | |
| Clave | Semestre 7° | Créditos 8 | Campo de conocimiento: Administración avanzada | | |
| | | | Eje de formación: Integración | | |
| Modalidad | Curso (X) Taller () Lab () Seminario () Otros (especificar) | | Tipo | T (X) P () T/P () | |
| Carácter | Obligatorio (X) Optativo () Obligatorio E () Optativo E () | | Horas | | |
| Duración (Número de semanas) | 16 | | Semana | Semestre | |
| | | | Teóricas: 4 | Teóricas: 64 | |
| | | | Prácticas: 0 | Prácticas: 0 | |
| | | | Total: 4 | Total: 64 | |
| Seriación | | | | | |
| Ninguna () | | | | | |
| Obligatoria () | | | | | |
| Asignatura antecedente | | | | | |
| Asignatura subsecuente | | | | | |
| Indicativa (X) | | | | | |
| Asignatura antecedente | | Administración en el sector social | | | |
| Asignatura subsecuente | | Administración estratégica, Emprendimiento y dirección de cooperativas, Estrategias para el crecimiento y desarrollo de empresas, Emprendimiento y proyectos de inversión social, Desarrollo de franquicias, Plan de emprendimiento II. | | | |

Objetivo general:

Al finalizar el curso, el alumnado, desarrollará un plan de emprendimiento factible y viable para la creación de nuevas organizaciones en los sectores privado y social considerando la importancia de tener una actitud y cultura emprendedora con un enfoque estratégico, tecnológico, incluyente, sostenible, ético y de responsabilidad social.

Objetivos particulares

Al finalizar la unidad, el alumnado:

1. Comprenderá los aspectos que caracterizan la cultura del emprendimiento.
2. Elaborará su idea de emprendimiento para crear o innovar bienes o servicios con la finalidad de generar una organización.
3. Identificará los elementos del plan de emprendimiento para iniciar el desarrollo de uno propio.
4. Elaborará el estudio de mercado para su plan y su informe respectivo.
5. Elaborará el estudio técnico para su plan y elaborará el informe respectivo.
6. Elaborará el estudio administrativo-organizacional para su plan y su informe respectivo.
7. Señalará los aspectos legales que se deben considerar para la creación de su organización y su documento respectivo.
8. Elaborará el estudio financiero para su plan y su informe respectivo.

Índice temático

| Unidad | Tema | Horas Semestre | |
|--------------|------------------------------------------------------|----------------|-----------|
| | | Teóricas | Prácticas |
| 1 | Actitud y cultura emprendedora | 4 | 0 |
| 2 | Generación y desarrollo de la idea de emprendimiento | 6 | 0 |
| 3 | Plan de emprendimiento | 4 | 0 |
| 4 | Estudio de mercado | 10 | 0 |
| 5 | Estudio técnico | 12 | 0 |
| 6 | Estudio administrativo-organizacional | 10 | 0 |
| 7 | Aspectos legales | 6 | 0 |
| 8 | Estudio financiero | 12 | 0 |
| Total | | 64 | |

Contenidos temáticos**Subtemas**

| Temas | |
|-------|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| 1 | 1. Actitud y cultura emprendedora |
| | 1.1. Importancia y características de la cultura del emprendimiento. 1.2. Perfil y motivaciones del emprendedor. 1.3. Factores que favorecen u obstaculizan el emprendimiento 1.4. Detección de necesidades y oportunidades de productos o servicios para la creación de una organización. 1.5. El emprendimiento y su vinculación con las Tecnologías de la información y la comunicación. |

| | |
|---|------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| 2 | 2. Generación y desarrollo de la idea de emprendimiento |
| | <ul style="list-style-type: none"> 2.1. La creatividad para generar ideas de emprendimiento 2.2. Metodologías de generación de ideas de emprendimiento 2.3. Propuestas y elección del producto o servicio para la creación de la organización. 2.4. Modelos de negocios 2.5. Análisis de la idea de emprendimiento 2.6. Prototipo mínimo viable |
| 3 | 3. Plan de emprendimiento |
| | <ul style="list-style-type: none"> 3.1. Concepto, importancia y características del Plan de emprendimiento 3.2. Estructura del plan de emprendimiento 3.3. Presentación formal del plan de emprendimiento (en extenso y en resumen ejecutivo) 3.4. Programas de cómputo (Softwares) de apoyo para elaborar el Plan de emprendimiento 3.5. Elementos iniciales para el plan de emprendimiento <ul style="list-style-type: none"> 3.5.1. Nombre de la organización 3.5.2. Misión 3.5.3. Visión 3.5.4. Valores 3.5.5. Objetivos 3.5.6. Ventajas competitivas y su análisis por medio de una matriz FODA |
| 4 | 4. Estudio de mercado |
| | <ul style="list-style-type: none"> 4.1. Características del estudio de mercado. 4.2. Elementos del estudio de mercado <ul style="list-style-type: none"> 4.2.1. Características del producto o servicio. 4.2.2. Naturaleza y usos del producto o servicio. 4.2.3. Segmentación y selección del mercado meta. 4.2.4. Imagen comercial. 4.2.5. Investigación de mercado. 4.2.6. Cálculo de la demanda total. 4.2.7. Fijación y políticas de precio. 4.2.8. Plan de ventas. 4.2.9. Socios de operación de la organización (proveedores y canales de distribución). 4.2.10. Identificación de la competencia. 4.2.11. Diseño, desarrollo y análisis de la mezcla de mercadotecnia. Producto, plaza, promoción y precio. 4.2.12. Riesgos y oportunidades del mercado. 4.2.13. Diseño de estrategias de promoción y publicidad. 4.2.14. Presupuestos de mercadotecnia (de ventas, de publicidad, promoción de ventas) |
| 5 | 5. Estudio técnico |
| | <ul style="list-style-type: none"> 5.1. Características del estudio técnico. 5.2. Elementos del estudio técnico. <ul style="list-style-type: none"> 5.2.1. Especificaciones técnicas del producto o servicio. 5.2.2. Diseño de procesos de operación (descripción y diagramas de flujo). 5.2.3. Tipo de tecnología a utilizar (tradicional, de intermedia y alta tecnología y social) . 5.2.4. Ubicación y diseño de instalaciones para la organización. 5.2.5. Requerimientos de personal para la organización. 5.2.6. Elementos de calidad en el producto o servicio. 5.2.7. Capacidad productiva y costos de operación/costo de ventas. 5.2.8. Integración de redes de valor, cadenas productivas y de logística. 5.2.9. Presupuestos del estudio técnico (producción, materia prima directa, compras, valuación de inventarios, costos indirectos, mano de obra directa, gastos de operación, y de inversión inicial) |

| | |
|---|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| | 6. Estudio administrativo-organizacional |
| | 6.1. Características del estudio administrativo-organizacional 6.2. Elementos del estudio técnico. 6.2.1. Diseño de la estructura organizacional (Organigramas estructural general). 6.2.2. Descripción de actividades de los puestos de trabajo. 6.2.3. Esquema de compensaciones (sueldos, prestaciones, exenciones de impuestos en prestaciones). 6.2.4. Políticas y procedimientos del área de personal (Reclutamiento, selección, inducción, capacitación y desarrollo y evaluación de personal). 6.2.5. Listado de Manuales administrativos (Organización, procedimientos, políticas). 6.2.6. Medidas de seguridad e higiene. 6.2.7. Presupuesto del estudio administrativo-organizacional (nomina) |
| 6 | 7. Aspectos legales |
| | 7.1. Aspectos legales en el plan de emprendimientos 7.1.1. Constitución legal (persona física o moral). 7.1.2. Obligaciones jurídicas y fiscales. 7.1.3. Permisos y registros administrativos para la apertura y funcionamiento de la organización (ámbitos: federal, estatal, municipal o de la CDMX). 7.1.4. Protección de marcas, patentes, secretos industriales. 7.1.5. Prototipos de contratos (empleados, clientes, proveedores, arrendamiento). 7.1.6. Programa de responsabilidad ambiental y social. 7.1.7. Presupuestos de los aspectos legales (gastos notariales, tramites y permisos) |
| 7 | 8. Estudio financiero |
| | 8.1. Características del estudio financiero. 8.2. Elementos del estudio financiero. 8.2.1. Fuentes de financiamiento. 8.2.2. Indicadores o razones financieras. 8.2.3. Proyección de estados financieros. 8.2.4. Punto de equilibrio. 8.2.5. Estudio de factibilidad. 8.2.6. Integración de costos y presupuestos. 8.2.7. Flujo de efectivo. 8.2.8. Propuesta del diseño del sistema de contabilidad. 8.3. Uso de simuladores financieros para elaborar el plan financiero. |
| 8 | |

| |
|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| Estrategias didácticas |
| <ul style="list-style-type: none"> ◦ Desarrollo del plan de emprendimiento ◦ Trabajos de investigación ◦ Exposición por parte del profesor |

| |
|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| Evaluación del aprendizaje |
| <ul style="list-style-type: none"> ◦ Rúbricas ◦ Elaboración de una presentación ◦ Desarrollar un proyecto ◦ Autoevaluación ◦ Evaluación entre pares |

| Perfil profesiográfico del docente | |
|-------------------------------------------|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| Título o grado | Licenciatura en Administración o áreas afines, preferentemente maestría en Administración o experiencia equivalente. |
| Experiencia docente | Haber impartido clases por tres años o más a nivel medio superior, superior o posgrado y tener evaluaciones que muestren un excelente desempeño como profesor. |
| Otras características | <p>Para profesores(as) de nuevo ingreso:</p> <p>Haber aprobado el “Curso Fundamental para profesores de Nuevo Ingreso (Didáctica Básica)” que imparte la Facultad de Contaduría y Administración, así como cubrir satisfactoriamente los requisitos impuestos por el departamento de selección y reclutamiento de la Facultad de Contaduría y Administración.</p> <p>Para profesores(as) que ya imparten clases en la Facultad:</p> <p>Haber participado recientemente en cursos de actualización docente y de actualización disciplinar con un mínimo de 20 horas.</p> <p>Compartir, respetar y fomentar los valores fundamentales que orientan a la Universidad Nacional Autónoma de México.</p> |

Bibliografía básica

- Alcaraz, R. (2015). *El emprendedor de éxito*. (5ª ed.). México: McGraw Hill.
- Flórez, J.A. (2015). *Plan de negocio: para pequeñas empresas*. Bogotá, Colombia: Ediciones de la U.
- Freire, A. (2019). *Pasión por emprender: de la idea a la cruda realidad*. México: Debolsillo.
- Mir Juliá, J. (2019). *Cómo crear un plan de negocio útil y creíble: guía para elaborar un plan de negocio iterativo a través de la escucha activa del mercado*. Colombia: Libros de Cabecera.
- Mir Juliá, J. (2020). *Planes de negocio: guía para elaborar un plan de negocio iterativo a través de la escucha del cliente*. Colombia: ECOE Ediciones.
- Mullins, J. (2019). *Mejorando el modelo de negocio: cambios para aumentar la rentabilidad*. Barcelona, España: Profit Editorial.
- Osterwalder, A., Pigneur, Y., Bernarda, G., Smith, A. y Papadacos, P. (2014). *Diseñando la propuesta de valor: Cómo crear los productos y servicios que tus clientes están esperando*. Barcelona, España: Deusto.
- Pedraz, O. (2014). *Modelo plan de negocio. Para la micro y pequeña empresa*. México: Grupo Editorial Patria.
- Prieto, C. (2017). *Emprendimiento. Conceptos y Plan de Negocios*. (2da ed.) México: Pearson.
- Ruano, L.A. (2018). *Emprendimiento en el entorno digital: el lanzamiento de una startup*. México: Alfaomega.

Mesografía (referencias electrónicas)

- Parra, M., Rubio, G. (2017). *Emprendimiento y Creatividad. Aspectos esenciales para crear una empresa*. <https://bookshelf.vitalsource.com/#/books/9789587715033/cfi/6/6!4/2/6@0:13.3>

Bibliografía complementaria

- Barbosa, R. (2019). *Propiedad Intelectual. Derecho nacional, internacional y comparado*. México: Porrúa.
- Calleja, F. J. y Calleja F. (2017). *Análisis de estados financieros*. México: Pearson.

- Fayer, A. y Salinas J. (2017). *La empresa camaleón. Las 6 claves de su éxito evolutivo*. LID Editorial España
- Fischer, L. (2015). *Plan de Mercadotecnia*. México: Publicaciones Empresariales UNAM.
- Grove, A. y Berg, G. (2014). *Social business: theory, practice, and critical perspectives*. Berlín, Alemania: Springer.
- Honeyman, R. (2015). *The B corp handbook: how to use business as a force for good*. Oakland, California: Berrett-Koehler Publishers.
- López, J. (2019). *La farsa de los startups: la cara oculta del mito emprendedor*. Madrid, España: Catarata.
- Parra, M. (2017). *Emprendimiento y creatividad: aspectos esenciales para crear empresa*. Bogotá, Colombia: Ecoe Ediciones.
- Ratten, V., Braga, V. y Marques, C. (eds). (2018). *Knowledge, learning and innovation: research insights on cross-sector collaborations*. Cham, Suiza: Springer.
- Rodríguez, P. (2018). *Creación de empresas y género: casos reales de mujeres*. Valencia, España: Tirant humanidades.
- Schnarch, A. (2016). *El marketing: como estrategia de emprendimiento*. Colombia: Ediciones de la U.
- Sepulveda, F. (2019). *DreamBuilders: How to become a better entrepreneur and build more successful startups*. California, Estados Unidos: TrepCamp.